

ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ПО ОБРАЗОВАНИЮ  
ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ  
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
(ТГПУ)

УТВЕРЖДАЮ

Декан ФПСОР

\_\_\_\_\_ Н.В. Жигинас

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2008 г.

ПРОГРАММА УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО КОМПЛЕКСА

ОПД.Ф.10 «ДЕЛОВОЕ ОБЩЕНИЕ»

---

## **1. Цели и задачи курса**

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

Задачи курса:

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

## **2. Требования к уровню освоения содержания дисциплины**

В результате освоения дисциплины студент должен:

1. Ориентироваться в этических основах делового общения.
2. Знать требования к организации и проведению разных типов деловых мероприятий – переговоров, пресс-конференций, совещаний и др.
3. Усвоить современные концептуальные подходы к переговорам (в частности «партнерский подход»).
4. Уметь выстраивать убедительную аргументацию в ходе ведения переговоров, деловых бесед и совещаний, с учетом особенностей восприятия партнера.
5. Владеть навыками деловой переписки (составления разных типов писем – ходатайства, рекламации, сопроводительного письма и др.)
6. Понимать специфику ведения делового телефонного разговора

### 3. Объем дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры	
		6	7
Общая трудоемкость	180	72	108
Аудиторные занятия	106	36	70
Лекции	53	18	35
Практические занятия (ПЗ)	53	18	35
Семинары (С)	-	-	-
Лабораторные работы (ЛР)	-	-	-
И (или) другие виды аудиторных занятий	-	-	-
Самостоятельная работа	74	36	38
Курсовая работа	-	-	-
Расчетно-графические работы	-	-	-
Реферат	предусмотрен	предусмотрен	предусмотрен
И (или) другие виды самостоятельной работы	-	-	-
Вид итогового контроля (зачет, экзамен)	экзамен	зачет	экзамен

### 4. Содержание дисциплины

#### 4.1 Разделы дисциплины и виды занятий

№ п/п	Раздел дисциплины	Лекции	Практические занятия или семинары	Лабораторные работы
	<b>1 Раздел. Основные понятия этики делового общения</b>	<b>11</b>	<b>11</b>	–
1	Методологические основы и понятийный аппарат курса "Деловое общение"	1	1	–
2	Основные принципы этики и характер делового общения	2	2	–
3	Этика и развитие деловой культуры в России	2	2	-
4	Этика и развитие деловой культуры за рубежом	2	2	-
5	Психологические особенности личности как составляющий элемент делового поведения-	2	2	-
6	Этика бизнеса и социальная ответственность: управленческая этика	2	2	-

№ п/п	Раздел дисциплины	Лекции	Практические занятия или семинары	Лабораторные работы
	<b>2 Раздел. Основы устного общения</b>	<b>14</b>	<b>12</b>	-
7	Речевая коммуникация: понятие, формы и типы	4	4	-
8	Речевая коммуникация: речевой этикет	2	2	-
9	Невербальные аспекты делового общения	4	4	-
10	Формулы логического убеждения. Построение аргументации	4	2	-
	<b>3 Раздел. Формы делового общения</b>	<b>28</b>	<b>30</b>	-
11	Деловые беседы и деловые совещания в структуре современного делового взаимодействия	2	4	-
12	Технология подготовки и проведения пресс-конференции	2	2	-
13	Деловые переговоры: подготовка и проведение	4	4	-
14	Конфликтные ситуации в деловом общении и пути их смягчения	2	4	-
15	Деловой телефонный разговор	2	2	-
16	Письменная форма коммуникации: деловая переписка	4	2	-
17	Особенности делового общения на выставках и ярмарках	2	2	-
18	Спор и дискуссия как вид делового общения	2	2	-
19	Деловое общение и имидж фирмы	2	2	-
20	Деловой этикет и протокол организации приемов и презентаций	2	2	-
21	Особенности ведения бизнес протокола	2	2	-
22	Деловое общение с использованием технических средств коммуникации	2	2	-

## **4.2 Содержание разделов дисциплины**

### **1 Раздел. Основные понятия этики делового общения**

**Тема 1.** Методологические основы и понятийный аппарат курса «Деловое общение». Общее понятие о деловом общении.

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

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

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

**Тема 2.** Основные принципы этики и характер делового общения.

Теоретические предпосылки становления этики делового общения. Этика делового общения 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).

Этика делового общения «сверху-вниз». Нравственные эталоны и образцы поведения руководителя. Основные принципы этики делового общения «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 в России.

Условия выработки и применения этических принципов в России. Роль авторитарной власти и религии. Периоды укрепления и ослабления этических норм. "Золотой век" - XIX-й. 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. 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. Развитие деловой культуры за рубежом**

Особенности этики делового общения в западноевропейской культурной традиции. «Протестантская этика и дух капитализма».

Расширение объектов деловой культуры. Дело, его мотивация, цели, средства, личное участие. Другие люди, партнеры, потребители, "правила игры". Общество, государство, общественное мнение. Природа, экологические проблемы региона, страны в глобальном масштабе.

Расширение содержания этики деловых отношений: этика бизнеса и социальная ответственность (в области здравоохранения, социальной защиты, общественной безопасности, защиты гражданских прав, интересов потребителя, защиты среды обитания и т.д.).

Управленческая этика (стиль руководства, этика взаимоотношений в офисе - по вертикали и горизонтали, вопросы поступления на работу и т.п.).

Корпоративная этика (образ и репутация предприятия и т.д.). Корпоративные кодексы. Профессиональные кодексы.

Общие основы и различия в российской и зарубежной этике бизнеса (мотивация благотворительности, патернализм и др.)

#### **Тема 5. Психологические особенности личности как составляющий элемент делового поведения**

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

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

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

Национальные особенности делового общения. Международная субкультура переговоров - их специфика в странах Запада и Востока. Кросс-культурный анализ и национальные подходы в вопросах: формирования делегаций и механизма принятия решений; ценностных ориентации, особенностей восприятия и мышления; особенностях поведения и характерных тактических приемов.

**Тема 6.** Этика бизнеса и социальная ответственность: управленческая этика

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

## **2 Раздел. Основы устного общения**

**Тема 7.** Речевая коммуникация: понятие, формы и типы

Особенности вербальной коммуникации в деловом общении. Понятия: «коммуникация», «язык», «речь», «мышление», «речевая деятельность». Функционально-смысловые типы речи. Функциональные стили речи. Культура речи. Основы устного общения. Законы публичной речи. Стратегия ведения речи. Композиция и стиль речи при деловом общении. Риторика. Воздействие на аудиторию. Формулы логического убеждения. Построение аргументации. Тактические приемы использования аргументов и формул логического убеждения.

**Тема 8.** Речевая коммуникация: речевой этикет

Речевая деятельность. Культура речевой деятельности. Основные элементы речевого этикета: приветствие, обращение, знакомство, приглашение, комплимент, поздравление

**Тема 9.** Невербальные аспекты делового общения.

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

**Тема 10.** Формулы логического убеждения. Построение аргументации

Типы речевых актов в деловом общении. Понятие «аргументация». История аргументации. Бизнес-аргументация. Наиболее эффективные методы убеждения собеседников. Психологические типы собеседников.

## **3 Раздел. Формы делового общения**

**Тема 11.** Деловые беседы и деловые совещания в структуре современного делового взаимодействия

Деловые коммуникации в бизнесе и в организациях. Виды деловых бесед: Цели, задачи и структура деловой беседы. Ведение деловых

бесед. Типы собеседников в деловом общении. Культура организации деловых бесед. Методика проведения деловых совещаний. Виды совещаний. Цели делового совещания. Подготовка, организация и проведение совещания. Типичные ошибки. Структура совещания. Культура поведения сотрудников на совещании. Уровень работы ведущего и успех совещания. Типы ведущих и результативность совещания.

#### **Тема 12.** Технология подготовки и проведения пресс-конференции

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

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

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

#### **Тема 13.** Деловые переговоры: подготовка и проведение

Классификация переговоров (по содержанию и целям, охватываемой области, количеству и статусу участников). Особенности деловых и коммерческих переговоров. Стадии подготовки и проведения переговоров. Организационная подготовка деловых переговоров и составление программы, определение участников, времени и места их проведения. Разработка стратегии и тактики переговоров, анализ информации, определение позиции, согласование условий, составление "сценария" переговоров, распределение "ролей" участников своей делегации, подготовка вспомогательных материалов и проектов намечаемых к обсуждению документов. Проработка условий конечных документов переговоров с функциональными службами своей организации и с субподрядчиками. Использование таких методов подготовки, как "деловая игра", "мозговая атака", анализ балансовых листов и др. Техническое обеспечение переговоров.

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

#### **Тема 14.** Конфликтные ситуации в деловом общении и пути их смягчения

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 делового общения.

### **Тема 15.** Деловой телефонный разговор

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

### **Тема 16.** Письменная форма коммуникации: деловая переписка

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

### **Тема 17.** Особенности делового общения на выставках и ярмарках.

Деловое общение на выставках и ярмарках. Подготовка тематического и экспозиционного плана и рекламных материалов организаторами выставки.

Организация встреч со специалистами и проведение тематических семинаров и презентаций. Правила ведения записи посетителей стенда.

Особенности заключения контрактов на ярмарках и выставках.

### **Тема 18.** Спор и дискуссия как вид делового общения

Спор: причины и цели, виды, формы, основные подходы и тактические приемы. Критика в споре. Обозначение близких понятий: «диспут», «дискуссия» и «полемика».

### **Тема 19.** Деловое общение и имидж фирмы

Специфика формирования корпоративной культуры; ее значение для эффективной работы фирмы. Основные составляющие имиджа фирмы и ее сотрудников. Деловое общение, деловая культура и имидж фирмы. Культура поведения сотрудников, традиции и этика делового общения, служебно-административный кодекс фирмы. Фирменная реклама. «Видение фирмы» - эстетический, этический и психологический комфорт фирмы. Требования к сотрудникам и социальная ответственность перед ними.

### **Тема 20.** Деловой этикет и протокол организации приемов и презентаций

Приемы и их виды. Классификация приемов, их деловое содержание и значимость. Основные виды приемов, их характеристики и

время проведения (Бокал вина, "Ланч", Чай, "Жур Фикс", Коктейль, презентация, Обед, обед-буфет, Ужин). Неофициальные приемы ("Бранч", "Барбекю", Пикник и др.). Порядок прихода руководителей и подчиненных, а также рассадки гостей на приемах. Сервировка стола. Виды обслуживания. Особенности протокола на деловых приемах и презентациях. Этикет устроителей и приглашенных на официальные приемы и презентации.

Соблюдение надлежащего внешнего вида, одежды. Умение вести себя. Манера разговаривать, умение слушать собеседника. Воспитанность, умение управлять эмоциями.

### **Тема 21. Особенности ведения бизнес протокола**

Понятие протокола и его виды (деловой, государственный, национальный, международный, светский и др.). Деловой протокол. Сферы применения и цели освоения норм. "Основные положения государственной протокольной практики РФ", закрепленные Указом Президента России в 1992 г. и уточненные в 1994, 1997 и 1999 гг., фактически формулирующие подходы к протокольной работе на разных уровнях и в разных сферах, включая деловую.

### **Тема 22. Деловое общение с использованием технических средств коммуникации**

Особенности делового общения с использованием электронных средств коммуникации. Методы передачи сообщений: факсимильные, кодовые. Функциональная и экономическая эффективность использования электронной почты. Преимущества и недостатки использования телефакса. Средства коллективной работы в компьютерных сетях. Компьютерная видеоконференцсвязь (КВКС). Мобильные средства связи: и деловое общение.

## **5. Лабораторный практикум**

Не предусмотрен

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

### **6.1 Рекомендуемая литература**

#### **а) Основная литература:**

1. Введенская Л.А., Павлова Л.А. Деловая риторика: Учебное пособие для вузов. – Москва: ИКЦ «МарТ», 2004. – 512 с.

#### **б) Дополнительная литература:**

1. Аминов И.И. Психология делового общения. / Аминов И.И. – М.: Омега, 2006. – 304 с.
2. Баева О.А. Ораторское искусство и деловое общение: учебное пособие/О. А. Баева.-5-е изд.,-М.: Новое знание, 2005. – 256 с.
3. Введенская Л.А. Риторика и культура речи: учебное пособие для вузов/Л. А. Введенская, Л. Г. Павлова.-5-е изд., доп. и перераб.- Ростов-на-Дону: Феникс, 2005. – 463 с.
4. Ежова Н.Н. Научись общаться: коммуникативные тренинги/Н. Н.

- Ежова.-Изд. 2-е. – Ростов-на-Дону:Феникс, 2006. –285 с.
5. Здравомыслов А.Г. Социология конфликта./ Здравомыслов А.Г. - М., 1996. –356 с.
  6. Карнеги, Дейл. Как выработать уверенность в себе и влиять на людей, выступая публично. Как завоевывать друзей и оказывать влияние на людей. Как перестать беспокоиться и начать жить.-6-е изд.-Минск: Попурри, 2006. – 483 с.
  7. Ковальчук А.С. Основы имиджологии и делового общения: учебное пособие для вузов./ А. С. Ковальчук.-Изд. 4-е, доп. и перераб.- Ростов-на-Дону: Феникс, 2006. – 293 с.
  8. Курбатов В.И. Как успешно провести переговоры (пособие для деловых людей)/ Курбатов В.И. - Ростов-на-Дону, 1997. – 416 с.
  9. Кузин Ф.А. Культура делового общения: Практическое пособие. / Кузин Ф.А. – М.: Ось-89, 2005. – 320 с.
  10. Мальханова И.А. Деловое общение: Учебное пособие. / Мальханова И.А. – М.: Академический проект, 2005. –224 с.
  11. Почепцов Г.Г. Теория и практика коммуникации. / Почепцов Г.Г. - М., 1998. – 357 с.
  12. Самыгин С.И. Деловое общение: для студентов вузов/С. И. Самыган, Л. Д. Столяренко. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2007. – 278 с.
  13. Титова Л.Г. Деловое общение: учебное пособие для вузов/Л. Г. Титова.- М.:ЮНИТИ, 2006. – 372 с.
  14. Холопова Т.П., Лебедева М.М. Протокол и этикет для деловых людей. / Холопова Т.П. - М., 1994. – 216 с.
  15. Шейнов В.П. Практические приемы менеджмента: Учебное пособие/В. П. Шейнов. – Минск: Амалфея, 2003. – 183 с.
  16. Шеламова Г.М. Деловая культура и психология общения: учебное пособие для среднего профессионального образования/Г. М. Шеламова.-4-е изд.,- М.: Академия, 2005. – 293 с.
  17. Шеламова Г.М. Этикет делового общения: учебное пособие/Г. М. Шеламова.- М.: Академия, 2005. – 184 с.

## **6.2 Средства обеспечения освоения дисциплины:**

- Библиотечный фонд ТГПУ
- Деловые игры
- Наборы заданий для групповой работы

## **7. Материально-техническое обеспечение дисциплины:**

Учебная аудитория, обеспечивающая возможность групповой работы.

## **8. Методические рекомендации и указания по организации изучения дисциплины:**

## 8.1 Методические рекомендации преподавателю

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

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

Методологической основой курса является Закон о Государственном протоколе РФ и ряд других нормативных актов, разработки ведущих российских специалистов и практиков, некоторые международные документы, работы исследователей-практиков.

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

При чтении лекций необходимо придерживаться следующих рекомендаций:

1. Изложение теоретического материала важно сочетать с разбором практических производственных ситуаций, представляющих примеры реальных проблем из области делового общения.
2. Рассматривая российский и международный опыт делового общения следует проводить сопоставление разных подходов, анализировать динамику развития сферы делового взаимодействия, выявлять специфику отдельных видов делового взаимодействия, таких как переговоры или деловая беседа.
3. Учитывая, что деловое общение – это элемент жизни современного делового человека необходимо использовать новые сведения из открытых Интернет-источников, материалы периодических изданий.

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

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

Общие требования к самостоятельной работе студентов: самостоятельная работа студента предполагает различные формы

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

Темы рефератов:

1. Кросс-культурная концепция Р.Льюиса
2. Особенности деловой переписки в рекламном деле.
3. Презентация: слагаемые успеха
4. Пресс-конференция: типовые ошибки
5. Роль модератора в разных типах делового взаимодействия
6. Факторы, повышающие эффективность деловой переписки
7. Особенности составления официально-деловых текстов в рекламном бизнесе.
8. Логические и психологические приемы полемики.
9. Коммуникация в организациях. Внутрикorporативные деловые отношения.
10. Управление деловыми конфликтами при работе с клиентами в рекламном бизнесе.
11. Факторы успеха в проведении делового совещания.

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

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

Зачет проводится в 6 семестре. Изучение курса завершается сдачей экзамена (7 семестр).

## **8.2 Методические указания для студентов**

### *8.2.1 Материалы по организации самостоятельной работы*

Основными формами изучения данной дисциплины являются лекции и самостоятельная работа студентов. Цель самостоятельной работы студентов заключается в глубоком, полном усвоении учебного материала и в развитии навыков самообразования. Самостоятельная работа студентов обычно складывается из нескольких составляющих:

- работа с текстами: учебниками, нормативными материалами, историческими первоисточниками, дополнительной литературой, в том числе материалами интернета, а также проработка конспектов лекций;
- написание докладов и рефератов;
- участие в работе семинаров, студенческих научных конференций, олимпиад;
- подготовка к зачетам и экзаменам непосредственно перед ними.

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

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

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

Перечень примерных контрольных вопросов и заданий для самостоятельной работы:

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

### 8.2.2 *Материалы по реализации контроля*

В качестве методической помощи студентам при подготовке к зачёту и экзамену рекомендуется перечень вопросов для итогового контроля.

Вопросы к зачету и экзамену:

1. Методологические основы и понятийный аппарат курса «Деловое общение»
2. Исторические предпосылки становления делового общения
3. Кросс-культурный подход в деловом общении
4. Типология деловых культур по Льюису
5. Управленческая этика: духовная культура и нравственные качества

руководителя

6. Стилль руководства как отражение культуры управления.
7. Власть как компонент стилия руководства
8. Охарактеризуйте различные подходы к лидерству
9. Типология темперамента человека
10. Психологические типы личности по Юнгу
11. Психологические принципы оказания влияния на человека по Чалдини
12. Практические рекомендации Крегера и Тьюсона, ориентирующие в процессе делового общения
13. Признаки уверенного/неуверенного поведения
14. Роль эмоций в деловом общении
15. Речевая коммуникация: понятие, формы и типы
16. Схема речевого акта по Якобсону
17. Речевая деятельность и культура речевой деятельности в деловом общении
18. Говорение как вид речевой деятельности
19. Аудирование как вид речевой деятельности
20. Типология слушателей Беркли Аллен
21. Характеристика основных элементов речевого этикета
22. Публичная речь в деловом общении
23. Бизнес-аргументация: техника аргументации и риторические приемы в деловом общении
24. Спор и дискуссия как вид делового общения: основные понятия, общая характеристика, цели спора.
25. Спор и дискуссия как вид делового общения: подходы к ведению спора, общие принципы и аргументация в споре
26. Критика в споре: значение и рекомендации критикующему и критикуемому
27. Психологические типы собеседников и их значение в деловом общении по Мицичу
28. Невербальные средства делового общения и их использование в бизнесе
29. Репрезентативные системы человека
30. Деловой разговор и деловая беседа в структуре современного делового общения
31. Деловое совещание в структуре современного делового общения
32. Технология подготовки и проведения пресс-конференции
33. Пресс-релиз как форма деловой коммуникации
34. Общая характеристика деловых переговоров
35. Основные этапы деловых переговоров
36. Возможные подходы к деловым переговорам
37. Принципы взаимодействия с партнером в ходе деловых переговоров. Психологические приемы аттракции
38. Организационное и протокольное обеспечение переговоров.
39. Конфликтные ситуации в деловом общении: понятие и классификация конфликтов

40. Причины возникновения конфликтных ситуаций в деловом общении
41. Структура конфликта
42. Динамика конфликта
43. Стратегии поведения в конфликтной ситуации
44. Деловой телефонный разговор: основные элементы композиции и общие требования
45. Культура делового общения по телефону в ситуации «инициатор телефонного разговора – вы»
46. Культура делового общения по телефону в ситуации «инициатор телефонного разговора – ваш собеседник»
47. Письменная коммуникация в структуре делового общения: функции деловой переписки и правила делового письменного стиля
48. Типы деловых писем. Структура делового письма
49. Классификация деловой корреспонденции
50. Телеграмма как вид делового письма
51. Особенности делового общения на выставках и ярмарках: типы и цели выставок, письма-уведомления
52. Особенности делового общения на выставках и ярмарках: этапы подготовки, правила оформления стенда. Нормы поведения на выставках.
53. Этикет и протокол организации деловых приемов.
54. Классификация приемов. Виды деловых приемов.
55. Особенности российской деловой культуры в прошлом и настоящем
56. Нормы делового этикета и их значение в деловой жизни

Примечание:

Вопросы с 1 по 29 для подготовки к зачету

Вопросы с 1 по 56 для подготовки к экзамену

Программа УМКД составлена в соответствии с государственным образовательным стандартом высшего профессионального образования по специальности 350700-Реклама.

Программу УМКД составила:

к. и. н., доцент

кафедры рекламы и связей с общественностью \_\_\_\_\_ Н.Б. Галашова

Программа учебно методического комплекса утверждена на заседании кафедры рекламы и связей с общественностью протокол № \_\_\_\_\_ от « \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2008 г.

Зав. кафедрой:

к.м.н., доцент \_\_\_\_\_ Т.А. Булатова

Программа учебно методического комплекса одобрена методической комиссией ФПСОР ТГПУ.

## ЛИСТ ВНЕСЕНИЯ ИЗМЕНЕНИЙ

Дополнения и изменения в программу учебно методического комплекса  
ОПД.Ф.10 «ДЕЛОВОЕ ОБЩЕНИЕ»  
на 2010/11 гг.

В программу учебно методического комплекса вносятся следующие изменения и дополнения:

1) в пункт 8.2.2 *Материалы по реализации контроля*

Вопросы к зачету и экзамену:

- \*0 Методологические основы и понятийный аппарат курса «Деловое общение»
- \*1 Исторические предпосылки становления делового общения
- \*2 Кросс-культурный подход в деловом общении
- \*3 Типология деловых культур по Льюису
- \*4 Управленческая этика: духовная культура и нравственные качества руководителя
- \*5 Стилль руководства как отражение культуры управления.
- \*6 Власть как компонент стилия руководства
- \*7 Охарактеризуйте различные подходы к лидерству
- \*8 Типология темперамента человека
- \*9 Психологические типы личности по Юнгу
- \*10 Психологические принципы оказания влияния на человека по Чалдини
- \*11 Практические рекомендации Крегера и Тьюсона, ориентирующие в процессе делового общения
- \*12 Признаки уверенного/неуверенного поведения
- \*13 Роль эмоций в деловом общении
- \*14 Речевая коммуникация: понятие, формы и типы
- \*15 Схема речевого акта по Якобсону
- \*16 Речевая деятельность и культура речевой деятельности в деловом общении
- \*17 Говорение как вид речевой деятельности
- \*18 Аудирование как вид речевой деятельности
- \*19 Типология слушателей Беркли Ален
- \*20 Характеристика основных элементов речевого этикета
- \*21 Публичная речь в деловом общении
- \*22 Бизнес-аргументация: техника аргументации и риторические приемы в деловом общении
- \*23 Невербальные средства делового общения и их использование в бизнесе
- \*24 Репрезентативные системы человека
- \*25 Деловой разговор и деловая беседа в структуре современного делового общения
- \*26 Деловое совещание в структуре современного делового общения
- \*27 Спор и дискуссия как вид делового общения: основные понятия, общая характеристика, цели спора.
- \*28 Спор и дискуссия как вид делового общения: подходы к ведению спора, общие принципы и аргументация в споре
- \*29 Критика в споре: значение и рекомендации критикующему и критикуемому
- \*30 Психологические типы собеседников и их значение в деловом общении по Мицичу
- \*31 Технология подготовки и проведения пресс-конференции
- \*32 Пресс-релиз как форма деловой коммуникации
- \*33 Общая характеристика деловых переговоров

- \*34 Основные этапы деловых переговоров
- \*35 Возможные подходы к деловым переговорам
- \*36 Принципы взаимодействия с партнером в ходе деловых переговоров.  
Психологические приемы аттракции
- \*37 Организационное и протокольное обеспечение переговоров.
- \*38 Конфликтные ситуации в деловом общении: понятие и классификация конфликтов
- \*39 Причины возникновения конфликтных ситуаций в деловом общении
- \*40 Структура конфликта
- \*41 Динамика конфликта
- \*42 Стратегии поведения в конфликтной ситуации
- \*43 Деловой телефонный разговор: основные элементы композиции и общие требования
- \*44 Культура делового общения по телефону в ситуации «инициатор телефонного разговора – вы»
- \*45 Культура делового общения по телефону в ситуации «инициатор телефонного разговора – ваш собеседник»
- \*46 Письменная коммуникация в структуре делового общения: функции деловой переписки и правила делового письменного стиля
- \*47 Типы деловых писем. Структура делового письма
- \*48 Классификация деловой корреспонденции
- \*49 Телеграмма как вид делового письма
- \*50 Особенности делового общения на выставках и ярмарках: типы и цели выставок, письма-уведомления
- \*51 Особенности делового общения на выставках и ярмарках: этапы подготовки, правила оформления стенда. Нормы поведения на выставках.
- \*52 Этикет и протокол организации деловых приемов.
- \*53 Классификация приемов. Виды деловых приемов.
- \*54 Особенности российской деловой культуры в прошлом и настоящем
- \*55 Нормы делового этикета и их значение в деловой жизни

Вопросы к зачету в 6 семестре: с 1 по 25  
экзамену в 7 семестре: с 25 по 56

Программа УМКД составлена в соответствии с государственным образовательным стандартом высшего профессионального образования по специальности 350700 «Реклама».

Изменения в программу УМКД внес  
К.и.н., доцент кафедры  
рекламы и связей с общественностью \_\_\_\_\_ Галашова Н. Б.

Программа учебно методического комплекса утверждена на заседании кафедры  
рекламы и связей с общественностью протокол № \_\_\_\_\_ от  
« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2011 г.  
Зав.кафедрой \_\_\_\_\_ Булатова Т. А.

Программа учебно методического комплекса одобрена методической комиссией  
ФПСОР ТГПУ,  
Председатель методической комиссии ФПСОР, к.п.н. кафедры психологии  
развития личности \_\_\_\_\_ Буравлева Н.А.

Согласовано:  
Декан ФПСОР \_\_\_\_\_ Грицкевич Н.К.