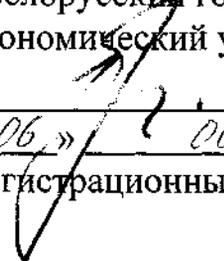


Учреждение образования «Белорусский государственный
экономический университет»

УТВЕРЖДАЮ

Ректор Учреждения образования
«Белорусский государственный
экономический университет»


_____ В.Н. Шимов
«06» _____ 2012 г.
Регистрационный № УД 914-21 баз.

СТРАТЕГИИ КОММУНИКАТИВНОГО ПОВЕДЕНИЯ В БИЗНЕСЕ

Учебная программа для студентов специальности
1-23 01 02 «Лингвистическое обеспечение межкультурных
коммуникаций (по направлениям)»

Составители:

Демченко А.И., доцент кафедры межкультурной экономической коммуникации Учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», кандидат педагогических наук;

Заранская М.С., преподаватель кафедры межкультурной экономической коммуникации Учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет».

Рецензенты:

Токаревич Н.М., доцент кафедры второго иностранного языка Минского государственного лингвистического университета, кандидат филологических наук;

Новик Н.А., доцент, зав. кафедрой профессионально ориентированной английской речи Учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», кандидат филологических наук.

РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:

Кафедрой межкультурной экономической коммуникации Учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет» (протокол № 9 от 26.04 2012 г.);

Научно-методическим советом Учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет» (протокол № 6 от 06.06 2012 г.).

Ответственный за редакцию: Заранская М.С.

Ответственный за выпуск: Демченко А.И.

Пояснительная записка

Интеграция Беларуси в мировое информационное пространство, а именно в пространство делового взаимодействия сопряжена с поиском новых путей формирования личности современного специалиста, способного свободно ориентироваться в поликультурном мире, понимая его ценности и смыслы, воплощая их в личностной позиции и достойных образцах цивилизованного поведения в процессе взаимодействия с представителями других профессиональных сообществ как в нашей стране, так и на международном уровне.

Настоящая программа ориентирована на создание устойчивых навыков лингвоповеденческого характера в сфере деловой коммуникации с позиций современных коммуникативных технологий: в работе менеджера по связям с общественностью, менеджера по кризисным ситуациям, рекламного агента и имиджмейкера.

Цели и задачи курса

Целью данного курса является воплощение изученных студентами в теории особенностей и возможностей использования коммуникативных технологий на примере англоязычной культуросферы.

В задачи дисциплины входит формирование у студентов следующих компетенций:

1. умение осуществлять профессиональную деятельность на иностранном языке в лингвистическом, социолингвистическом, информационно-аналитическом и коммуникативном направлениях
2. владение знаниями:
 - о национально-культурных особенностях построения и организации текста коммуникации в зависимости от деловой ситуации
 - о специфике устной и письменной речи в зависимости от применяемого вида коммуникативной технологии
 - о стилистических особенностях словарного состава английского языка в сфере профессионального общения
3. владение орфографическими, орфоэпическими, лексическими и грамматическими нормами изучаемого языка в зависимости от вида коммуникативного действия.

Изучение программы дисциплины «Стратегии коммуникативного поведения в бизнесе» проводится на запланированных учебным планом аудиторных занятиях; путем самостоятельной работы в процессе обучения.

Всего часов по дисциплине 148, из них всего часов аудиторных – 62, в том числе 62 – практические занятия.

Рекомендуемая форма контроля - экзамен (8 семестр).

**Примерный тематический план дисциплины
«Стратегии коммуникативного поведения в бизнесе»**

№ темы	Название темы	Всего часов	Количество часов практические занятия
1.	Собрания	4	4
2.	Особенности непосредственного общения с сотрудниками	4	4
3.	Изменения в деятельности компании	2	2
4.	Презентации	4	4
5.	Финансовые вопросы	2	2
6.	Проведение опросов	2	2
7.	Лидерство	4	4
8.	Письменная коммуникация	4	4
9.	Умение слушать	2	2
10.	Сообщение плохих новостей	4	4
11.	Выражение благодарности	2	2
12.	Восходящая коммуникация	4	4
13.	Зависимость СМИ от публичных релейшнз	4	4
14.	Зависимость публичных релейшнз от СМИ	4	4
15.	Разногласия, возникающие между СМИ и публичными релейшнз	4	4
16.	Установление отношений со СМИ	2	2
17.	Поведение в кризисной ситуации	2	2
18.	Встреча с представителями СМИ	2	2
19.	Оказание влияния на общественное мнение	2	2
20.	Особенности ведения переговоров	4	4
	ВСЕГО	62	62

Содержание учебного материала

Тема 1: Собrania

Организация собраний персонала компании. Председательствование на собрании. Компоненты продуктивного совещания. Обязанности менеджеров высшего и среднего звена. Приемы снятия напряжения на собрании. Правила ведения протокола.

Тема 2: Особенности непосредственного общения с работниками

Создание благоприятного климата в коллективе. Преимущества непосредственной коммуникации для менеджеров и их подчиненных. Правила организации непосредственного общения менеджера с подчиненными.

Тема 3: Изменения в деятельности компании

Правила информирования сотрудников об изменениях в структуре организации. Преимущества своевременного информирования. Основные принципы информирования сотрудников. Способы доведения информации об изменениях до сотрудников.

Тема 4: Презентации

Подготовка к презентации, правила использования технических средств. Принципы построения презентации. Способы «оживления» презентации. Организация ответов на вопросы.

Тема 5: Финансовые вопросы

Правила информирования сотрудников об изменениях в финансовом положении компании. Финансовые результаты как ключевой показатель эффективности деятельности компании. Управление бюджетом. Взаимозависимость бюджета и планов развития компании.

Тема 6: Проведение опросов

Основные принципы проведения опросов среди сотрудников организации. Анализ результатов. Принятие соответствующих мер. Доведение результатов анкетирования до сотрудников.

Тема 7: Лидерство

Особенности общения с подчиненными менеджеров высшего и среднего звена. Руководство командой. Особенности работы в малых группах. Создание благоприятного климата в коллективе. Качества успешного лидера. Участие руководителя в индивидуальном развитии сотрудников.

Тема 8: Письменная коммуникация

Правила составления деловых писем, служебных записок, отчетов. Правила Оруэлла. Использование аббревиатур.

Тема 9: Умение слушать

Барьеры к эффективному слушанию. Активное слушание. Составляющие умения слушать. Понятие «резервной мощности».

Тема 10: Сообщение плохих новостей

Поведение менеджера в ситуациях перемен в компании. Правила сообщения плохих новостей сотрудникам. Подготовка сотрудников к изменениям в политике компании.

Тема 11: Выражение благодарности

Возможные ситуации выражения благодарности сотрудником. Поведение менеджеров.

Тема 12: Восходящая коммуникация

Способы стимулирования сотрудников к общению с руководителями. Роль линейного руководителя. Преимущества для компании.

Тема 13: Зависимость СМИ от публич рилейшнз

Типы средств массовой информации. Проблемы и специфика публич рилейшнз. Роль связей с общественностью в продвижении печатных СМИ.

Тема 14: Зависимость публич рилейшнз от СМИ

Роль электронных средств массовой информации при осуществлении связей с общественностью. ПР, свобода слова и владельцы СМИ. Место СМИ в ПР-процессе.

Тема 15: Разногласия, возникающие между СМИ и публич рилейшнз

Критические ситуации в отношениях между СМИ и ПР. Способы урегулирования разногласий между СМИ и ПР.

Тема 16: Установление отношений со СМИ

Пути и методы, направленные на установление и поддержание отношений со СМИ. Механизм построения отношений между СМИ и ПР.

Тема 17: Поведение в кризисной ситуации

Черты кризисного состояния фирмы. Антикризисная коммуникация в экономической стратегии фирмы.

Тема 18: Вспомогательные материалы, используемые PR-специалистами

Бэкграундер. Пресс-релиз. Медиа-кит. Новостная статья. Кейс-история. Авторская статья.

Тема 19: Встреча с представителями СМИ

Индивидуальное интервью, пресс-конференция, пресс-тур. Доведение своей точки зрения до общественности.

Тема 20: Особенности ведения переговоров

Подготовка переговоров. Основные этапы переговоров. Способы подачи позиции. Подходы и типы поведения на переговорах. Принципы взаимодействия с партнером.

ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

Основная литература

1. Демченко, А.И., Заранская М.С. Стратегии коммуникативного поведения в бизнесе: Электронное учебное пособие.
2. Тарусина, И.Г. Public relations and advertising in close-up: Учебное пособие / Тарусина И.Г. – СПб., 2007. – 150 с.
3. Allred, K. Mallozzi, F.J.S., Matsui, F., Raia, C.P. Anger and compassion in negotiations. – Anchor Press, 1996. – 245 p.
4. Del I. Hawkins, Roger J. Best, Kenneth A. Coney. Consumer Behavior. – IRWIN, 2007. – 350 p.
5. Hall, E.T. The Silent Language. – New York: Anchor Press, 1959. – 98 p.
6. J. Regis O'Connor. Speech: Exploring Communication. – Prentice-Hall, 1988. – 571 p.

Дополнительная литература

1. Бедрицкая, Л.В. Английский для экономистов: Учебное пособие / Л.В. Бедрицкая. – Минск, 2004. – 324 с.
2. Захарова, Е.В. Welcome to the world of public relations: Пособие по английскому языку для гуманитарных вузов / Е.В. Захарова, Л.В. Ульянищева. – М.: ИМПЭ им. А.С. Грибоедова, 2001.
3. Фрейдина, Е.Л. Основы публичной речи / Е.Л. Фрейдина, Т.С. Самохина, И.С. Тихонова. – М.: Владос, 2002. – 96 с.
4. Cohen, R. Negotiating across Cultures. – Washington DC: US Institute of Peace, 1991. – 112 p.
5. Locke, E.A., Latham, G.P. A Theory of Goal Setting and Task Performance. – New Jersey: Prentice Hall. – 1990.
6. Mandler, G. Stress and thought processes. – California Management Review. – 1982. – 89 p.
7. Moi Ali. Effective public relations. – Dorling Kindersley, 2001. – 70 с.
8. Интернет ресурсы.

Беларускі дзяржаўны эканамічны ўніверсітэт. Бібліятэка.
Белорусский государственный экономический университет. Библиотека.
Belarus State Economic University. Library.

<http://www.bseu.by>