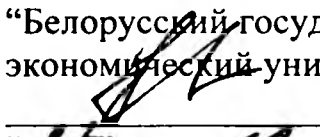


Учреждение образования “Белорусский государственный экономический университет”

УТВЕРЖДАЮ

Ректор учреждения образования
“Белорусский государственный
экономический университет”


В.Ю. Шутилин
“ 27 ” 12 2019 г.
Регистрационный № УД 4191-19/уч.

ДЕЛОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ В БИЗНЕСЕ

Учебная программа учреждения высшего образования
по учебной дисциплине для специальности
1 – 25 80 09 «Коммерция»

СОСТАВИТЕЛИ:

Бондаренко Г.А., доцент кафедры коммерческой деятельности и рынка недвижимости учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», кандидат экономических наук, доцент.

РЕЦЕНЗЕНТЫ:

Бертош Е.В., заведующий кафедрой бизнес-администрирования «Белорусский национальный технический университет», кандидат экономических наук, доцент.

Микулич И.М., заведующий кафедрой экономики торговли и услуг учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», кандидат экономических наук, доцент.

РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:

Кафедрой коммерческой деятельности и рынка недвижимости учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет» (протокол № 3 от 14.11. 2019 г.);

Научно-методическим советом учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет» (протокол № 3 от 20.12. 2019 г.).

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Учебная программа учебной дисциплины «Деловые коммуникации в бизнесе» разработана для обучающихся по специальности 1 25 80 09 «Коммерция» в соответствии с образовательным стандартом специальности и типовым учебным планом.

Цель учебной дисциплины «Деловые коммуникации в бизнесе» заключается в необходимости формирования у обучающихся системы базовых знаний и навыков для построения эффективных деловых коммуникаций как основы профессиональной деятельности. Знания и навыки по учебной дисциплине «Деловые коммуникации в бизнесе» способствуют развитию необходимых для современного человека и профессионала качественных коммуникативных компетенций.

Задачами изучения учебной дисциплины являются:

- усвоение базисных знаний о природе и сущности деловых коммуникаций;
- изучение этических основ делового общения и формирования современной деловой культуры;
- теоретическое и практическое освоение методики организации и проведения деловых бесед, деловых совещаний, официальных приемов, пресс-конференций и использования современных средств коммуникации;
- изучение теории и практики ведения деловых переговоров, их организации и подготовки;
- изучение форм и видов письменной деловой коммуникации;
- освоение психологии делового общения, тактических приемов на переговорах и техники аргументации, предотвращения конфликтных ситуаций.

Учебная дисциплина «Деловые коммуникации в бизнесе» опирается на знания и компетенции, полученные при изучении учебных дисциплин: «Основы менеджмента», «Менеджмент отрасли».

Магистр должен обладать следующими компетенциями:

СК – 3 – уметь использовать коммуникационный инструментарий в инновационной и научно-исследовательской деятельности.

В результате изучения учебной дисциплины «Деловые коммуникации в бизнесе» обучающийся должен:

знать:

- структуру коммуникационного процесса, классические и прикладные модели коммуникации;
- теоретические основы деловых коммуникаций, их виды, сущность, функции и формы;
- механизмы межличностного и внутригруппового регулирования конфликтных ситуаций;
- нравственные основы общения в сфере бизнеса, этику и этикетные формы деловой коммуникации;

уметь:

- применять понятийно-теоретический аппарат, основные социально-психологические законы деловых коммуникаций в профессиональной деятельности;
- выбирать правильную стратегию поведения с деловыми партнерами в процессе переговоров;
- составлять объективный социально-психологический портрет деловых партнеров;
- применять конструктивные тактики в конфликтных ситуациях в деловых коммуникациях;
- использовать этические правила и этикетные приемы коммуникативной культуры.

владеть:

- различными видами коммуникаций для решения конкретных целей и задач бизнеса;
- методами организации документационного обеспечения делового общения, реализации деловой переписки и телефонных разговоров;
- навыками построения позитивного профессионального имиджа.

В соответствии с учебным планом очной формы получения высшего образования по специальности 1 25 80 09 «Коммерция» учебная программа рассчитана на 108 часов, из них аудиторных занятий 36 часов. Распределение по видам занятий: лекций – 18 часов; практических занятий – 10 часов; семинарских занятий – 8 часов.

В соответствии с учебным планом заочной формы получения высшего образования по специальности 1 25 80 09 «Коммерция» учебная программа рассчитана на 108 часов, из них аудиторных занятий 10 часов. Распределение по видам занятий: лекций – 4 часа; практических занятий – 4 часа, семинарских занятий – 2 часа.

Форма текущей аттестации – зачет.

СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

Тема 1. Теоретические и прикладные модели коммуникации

Структура коммуникационного процесса. Элементы коммуникационного процесса. Модель коммуникационного процесса. Классические модели коммуникации (модель Лассуэлла, модель Шеннона-Уивера – модель двухканальной или многоканальной коммуникации и др.). Социологические и психологические модели коммуникации.

Модели массовой коммуникации. Генеральная схема массовой коммуникации. Массовая коммуникация и «лидеры мнений». Теории «диффузии информации» и «обратной связи» Модели Хайдера и Ньюкомба, Шрамма и Осгуда, М. Фуко, Р. Берта. Теории массовой коммуникации М. Маклуэна и А. Моля.

Прикладные модели коммуникации.

Тема 2. Технологии деловой коммуникации

Вербальное общение (речь) как универсальная знаковая система человеческой коммуникации. Диалог как форма речевого общения. Барьеры речи. Условия эффекта речевого воздействия. Убеждающая коммуникация. Культура речи и речевые нормы. Законы публичного выступления. Риторика и приемы воздействия на аудиторию.

Невербальные средства общения и их функции: дополнение речи, замещение речи, репрезентация эмоциональных состояний. Сознательное и бессознательное в невербальном поведении. Проблема интерпретации невербальной информации. Физиогномика и физиогномические стереотипы в интерпретации внешности партнера по общению.

Проксемика как наука о пространственной и временной организации общения. Социальная дистанция. Организация пространства общения. Территории и зоны делового общения. Визуальная составляющая в межличностном общении.

Тема 3. Формы и виды деловой коммуникации

Деловое общение как коммуникация. Традиционные формы деловой коммуникации. Деловое общение как коммуникация. Деловая беседа как

основная форма делового общения. Классификация деловых бесед. Виды деловых бесед и особенности их организации и проведения. Технология кадровых бесед. Телефонный разговор как разновидность деловой беседы, его особенности и отличия по ведению. Основные принципы ведения деловых бесед.

Деловое совещание: подготовка и проведение. Пресс-конференция, ее подготовка и проведение. Презентация, ее смысл и назначение.

Переговоры как форма деловой коммуникации: подготовка и проведение. Психологический климат во время переговоров. Переговоры как средство разрешения конфликтов.

Психологические особенности публичного выступления. Ораторское искусство. Технологии публичного выступления.

Письменные деловые коммуникации. Особенности официально-деловой речи. Язык служебных документов.

Деловые письма: соглашения, запросы, сопроводительные письма, письма-регламенты (поздравления, извинения, соболезнования, письма-ответы с благодарностью). Служебные записки для внутренней коммуникации: распоряжения, благодарности, напоминания, просьбы). Правила оформления деловых писем.

Тема 4. Психологические проблемы деловых коммуникаций

Коммуникация как социально-психологический механизм взаимодействия в профессиональной деятельности. Механизмы воздействия в процессе общения. Взаимопонимание как основа и цель делового общения. Уровни понимания. Роль суггестии и контрсуггестии в процессе общения. «Избегание», «авторитетность» как способы контрсуггестии. Коммуникативные барьеры. Понятие коммуникативного барьера. Причины возникновения барьеров в деловой коммуникации. Классификации коммуникативных барьеров. Пути преодоления коммуникативных барьеров. Психологические, эмоциональные и др. барьеры.

Конфликт в деловом общении. Источники и виды конфликтных ситуаций. Спор, дискуссия, полемика как основные способы реализации конфликтных ситуаций. Этапы развития конфликта. Стратегии поведения в конфликте. Конфликтология как наука решения проблемных ситуаций в межличностном общении.

Речевая агрессия в современных условиях. Иерархическая коммуникация. Авторитарный стиль руководства как один из видов речевой агрессии.

Стресс и кризис в деловом общении. Особенности кризисных коммуникаций. Стратегия стрессоустойчивого поведения. Алгоритм коммуникативного взаимодействия в условиях кризисной ситуации.

Тема 5. Этика и этикет в деловом общении

Этика делового общения: универсальные этические и психологические нормы, принципы и закономерности. Этика деловых отношений с коллегами, подчиненными и руководством. Этика делового контакта. Этические нормы общения. Этические проблемы. Корпоративная мораль и правила этики делового общения. Проблемы освоения системы современных норм и принципов делового общения. Деловые приемы как важная форма поддержания и развития деловых отношений. Виды деловых приемов и их организация, принципы и правила составления меню и подбора напитков. Правила поведения за столом. Искусство комплиментов. Правила вручения подарков. Особенности делового общения с иностранными партнерами. Современные нормы деловой переписки и телефонного разговора. Этикетные нормы и правила деловой переписки. Типы деловых писем и их оформление. Информация, передаваемая только в письменном виде. Этические нормы телефонного разговора: современные правила корректного делового общения по телефону. Понятие имиджа. Телесный имидж и внешний вид. Модели поведения. Тактика общения. Стереотипы, диагностика и общие приемы влияния. Симпатия и антипатия, их причины и проявления. Методы улучшения своей представленности. Этикет деятельности делового человека. История его возникновения и развития. Манеры поведения. Светский этикет. Манеры ведения разговора. Культура поведения в процессе деловых переговоров. Эпистолярный этикет.

**УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «ДЕЛОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ В БИЗНЕСЕ»
ДЛЯ ОЧНОЙ ФОРМЫ ПОЛУЧЕНИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**

Номер раздела, темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов							Иное*	Форма контроля знаний
		Лекции	Практические занятия	Семинарские занятия	Лабораторные Занятия	Количество часов УСР				
						Лекции	ПЗ (СЗ)	Сем. занятия		
1	2	3	4	5	6	7	8		9	10
1	Теоретические и прикладные модели коммуникации	4		2		2		2	[2, 3, 5,6]	
2	Технологии деловой коммуникации	2	2	2			2		[2, 4, 8]	
3	Формы и виды деловой коммуникации	4	2	2		2			[1, 8]	
4	Психологические проблемы деловых коммуникаций	4	2	2		2	2	2	[4, 7, 9]	
5	Этика и этикет в деловом общении	4	4			2	2			
	Всего часов	18	10	8		8	6	4		Зачет

**УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «ДЕЛОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ В БИЗНЕСЕ»
ДЛЯ ЗАОЧНОЙ ФОРМЫ ПОЛУЧЕНИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**

Номер раздела, темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов							Иное*	Форма контроля знаний
		Лекции	Практические занятия	Семинарские занятия	Лабораторные занятия	Количество часов УСР				
						Лек- ции	ПЗ (СЗ)	Лаб. занятия		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
1	Теоретические и прикладные модели коммуникации	2							[2, 3, 5, 6]	
2	Технологии деловой коммуникации	2							[2, 4, 8]	
3	Формы и виды деловой коммуникации		2	2					[1, 8]	
4	Психологические проблемы деловых коммуникаций		2						[4, 7, 9]	
5	Этика и этикет в деловом общении									
	Всего часов	4	4	2						Зачет

ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

Методические рекомендации по организации самостоятельной работы студентов по учебной дисциплине «Деловые коммуникации в бизнесе»

В овладении знаниями учебной дисциплины важным этапом является самостоятельная работа студентов. Рекомендуется бюджет времени для самостоятельной работы в среднем 2-2,5 часа на 2-х часовое аудиторное занятие.

Основными направлениями самостоятельной работы студента являются:

- первоначально подробное ознакомление с программой учебной дисциплины;
- ознакомление со списком рекомендуемой литературы по дисциплине в целом и ее разделам, наличие ее в библиотеке и других доступных источниках, изучение необходимой литературы по теме, подбор дополнительной литературы;
- изучение и расширение лекционного материала преподавателя за счет специальной литературы, консультаций;
- подготовка к практическим занятиям по специально разработанным планам с изучением основной и дополнительной литературы;
- подготовка к выполнению диагностических форм контроля (тесты, контрольные работы, устные опросы и т.п.);
- подготовка к зачету.

ЛИТЕРАТУРА


Основная:

1. Бороздина, Г. В. Психология делового общения / Г.В. Бороздина. - М.: ИНФРА М, 2015. – 304 с.
2. Дзялошинский, И. М. Деловые коммуникации. Теория и практика. Учебник / И.М. Дзялошинский, М.А. Пильгун. - М.: Юрайт, 2015. – 448 с.
3. Смирнов, Г. Н. Этика деловых отношений / Г.Н. Смирнов. - Москва: СПб [и др.] : Питер, 2016. - 604 с.
4. Столяренко, Л. Д. Психология делового общения. Шпаргалка. Учебное пособие / Л.Д. Столяренко. - М.: РГ-Пресс, 2016. - 256 с.

Дополнительная:

5. Зарецкая, Е. Н. Деловое общение. Учебник. В 2 томах. Том 2 / Е.Н. Зарецкая. - М.: Проспект, 2016. - 680 с.
6. Зарецкая, И. И. Устная речь в деловом общении / И.И. Зарецкая, А.М. Бруссер, М.П. Оссовская. - М.: Дрофа, 2015. - 224 с.
7. Кафтан, В. В. Деловая этика. Учебник и практикум / В.В. Кафтан, Л.И. Чернышова. - М.: Юрайт, 2016. - 302 с.
8. Кибанов, А. Я. Этика деловых отношений / А.Я. Кибанов, Д.К. Захаров, В.Г. Коновалова. - М.: Дрофа, 2013. - 384 с.
9. Кошечкина, И. П. Профессиональная этика и психология делового общения / И.П. Кошечкина, А.А. Канке. - М.: Форум, Инфра-М, 2017. - 304 с.
10. Кузнецов, И. Н. Деловое письмо / И.Н. Кузнецов. - М.: Дашков и Ко, 2017. - 196 с.
11. Кузнецов, И. Н. Деловой этикет / И.Н. Кузнецов. - М.: ИНФРА-М, 2018. - 352 с.
12. Кузнецов, Игорь Деловое общение / Игорь Кузнецов. - Москва: Мир, 2018. - 528 с.
13. Мананикова, Е. Н. Деловое общение / Е.Н. Мананикова. - М.: Дашков и Ко, 2017. - 208 с.
14. Мунин, А. Н. Деловое общение / А.Н. Мунин. - М.: Флинта, МПСИ, 2014. - 376 с.
15. Таратухина, Ю. В. Деловые и межкультурные коммуникации. Учебник и практикум / Ю.В. Таратухина, З.К. Авдеева. - М.: Юрайт, 2015. - 326 с.
16. Тимофеев, М. И. Деловые коммуникации. Учебное пособие / М.И. Тимофеев. - М.: РИОР, Инфра-М, 2016. - 128 с.

ПРОТОКОЛ СОГЛАСОВАНИЯ УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЫ УВО

Название учебной дисциплины, которой требуется согласование	Название кафедры	Предложения об изменениях в содержании учебной программы учреждения высшего образования по учебной дисциплине	Решение, принятое кафедрой, разработавшей учебную программу (с указанием даты и номера протокола)
Бизнес-группы в современном торговом бизнесе	Экономики торговли и услуг	нет  И. И. Минусин	(Протокол № <u>3</u> от <u>14.11</u> 2019 г)

ДОПОЛНЕНИЯ И ИЗМЕНЕНИЯ К УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЕ УВО

на ____ / ____ учебный год

№ п/п	Дополнения и изменения	Основание

Учебная программа пересмотрена и одобрена на заседании кафедры коммерческой деятельности и рынка недвижимости (протокол № ____ от ____ 20__ г.)

Заведующий кафедрой

_____ Л.С. Климченя

УТВЕРЖДАЮ

Декан факультета
коммерции и туристической
индустрии

_____ А.И. Ерчак