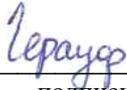


Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Плешаков Владимир Александрович
Должность: Врио ректора
Дата подписания: 20.02.2026 09:13:58
Уникальный программный ключ:
cf3461e360a6506477308a5cc93ca97a503bcf72

Министерство сельского хозяйства Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Алтайский государственный аграрный университет»
Экономический факультет

СОГЛАСОВАНО
Руководитель программы


Ю.В. Герауф

подпись

«29» августа 2025 г.

УТВЕРЖДАЮ
Декан экономического факультета


В.Е. Левичев

подпись

«29» августа 2025 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«Деловые коммуникации в профессиональной деятельности»
программы профессиональной переподготовки
«Бухгалтерский учет и управление финансами»

Барнаул 2025

Рабочая программа дисциплины «Деловые коммуникации в профессиональной деятельности» составлена в соответствии с требованиями профессионального стандарта «Бухгалтер», утвержденного приказом Министерства труда и социального развития РФ от 21.02.2019 № 103н и федерального государственного образовательного стандарта высшего образования № 954 от 12.08.2020 по направлению подготовки 38.03.01 Экономика.

Составитель:

к.э.н., доцент



Е.И. Жидких

Оглавление

1. Цель и задачи освоения дисциплины	4
2. Планируемые результаты обучения	4
3. Распределение трудоемкости дисциплины по видам занятий	4
4. Тематический план изучения дисциплины	6
5. Оценочные и методические материалы	7
6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины	20
6.1 Перечень изданий основной учебной литературы по дисциплине	20
6.2 Перечень изданий дополнительной учебной литературы по дисциплине	20
6.3 Информационные справочные системы	20
6.4 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети Интернет	20
7. Материально-техническое обеспечение дисциплины	21
Приложения	22

1. Цель и задачи освоения дисциплины

Цель дисциплины: на основе современных научных подходов к изучению коммуникации создать условия для формирования у студентов знаний о коммуникативной компетентности в профессиональной деятельности управленца, способствовать выработке навыков, умений организации, проведения различных форм деловой коммуникации.

Задачи дисциплины: формирование представления о структуре деловых коммуникаций; овладение основными методами эффективной коммуникации; повышение общего уровня коммуникативной культуры; формирование навыков эффективного и бесконфликтного делового общения.

2. Планируемые результаты обучения

Содержание компетенций, формируемых полностью или частично данной дисциплиной	Перечень результатов обучения, формируемых дисциплиной		
	По завершении изучения данной дисциплины выпускник должен		
	знать	уметь	владеть
способностью осуществлять внутриорганизационные (с персоналом организации) и внешние коммуникации с коммерческими организациями, институтами гражданского общества, средствами массовой информации	основы вербальных и невербальных коммуникаций; направления взаимодействия участников коммуникаций; значение, функции и правила коммуникации в устной и письменной формах	ставить цели и рабатывать программы внешних и внутренних коммуникаций организации; организовывать переговорный процесс, в том числе с использованием современных средств коммуникации; организовывать различные формы коммуникации в устной и письменной форме выстраивать и анализировать коммуникационные процессы (межличностные, групповые, организационные)	технологиями устных коммуникаций (переговоры, совещания, собеседования, конференции, встречи, телефонное общение и др.); навыками деловой переписки.

3. Распределение трудоемкости дисциплины по видам занятий

Для освоения программы предусматриваются следующие виды занятий: лекции, практические занятия, самостоятельная работа. Распределение программного материала по видам занятий и

последовательность его изучения определяются рабочим учебным планом (табл. 2)

Таблица 2 – Распределение трудоемкости дисциплины по видам занятий, реализуемой по учебным планам

Вид занятий	Всего	В том числе по семестрам (1 семестр)
Аудиторные занятия, часов, всего	20	20
в том числе		
Лекции	8	8
Практические занятия	10	10
Самостоятельная работа	40	40
Общая трудоемкость, часов	58	58
Форма промежуточной аттестации	зачет	зачет

4. Тематический план изучения дисциплины

Таблица 3 – Тематический план изучения дисциплины, реализуемой по учебному плану

Наименование темы	Изучаемые вопросы	Объем часов				Форма Текущего контроля
		Лекции	Лабораторные работы	Практические (семинарские)	Самостоятельная работа	
Методы и формы теории коммуникации	Сущность деловых коммуникаций. Функции теории деловых коммуникаций. Методы деловых коммуникаций. Основные формы коммуникаций.	2		1	6	УО
Коммуникативная сторона делового взаимодействия	Общая характеристика коммуникативной стороны делового взаимодействия. Вербальная деловая коммуникация. Невербальная деловая коммуникация.	1		2	6	УО, ГЗ
Формы деловых коммуникаций	Деловая беседа Деловое совещание. Деловые переговоры. Презентация. Дебаты.	1		1	6	ДИ, ИЗ
Деловые коммуникации посредством письменных документов	Этические аспекты письменных коммуникаций. Классификация документов. Этические нормы при составлении делового письма. Деловое общение посредством визитной карточки.	1		2	6	ГЗ, ИЗ
Конфликты в деловых и научных коммуникациях: способы их предупреждения и разрешения.	Сущность конфликта. Причина конфликта. Динамика конфликта. Способы предупреждения и разрешения конфликтов.	1		2	6	ГЗ, ИЗ
Основы коммуникативной компетентности специалиста	Психологические методы убеждающего воздействия. Построение аргументации. Типы вопросов и способы их использования. Барьеры коммуникации.	1		1	4	УО, ИЗ
Культура деловых коммуникаций	Этикет. Основы деловой этики. Национальные особенности делового общения. Атрибуты делового общения.	1		1	2	Д, УО
	Подготовка к зачету	-		-	4	-
	Всего	8		10	40	-

выполнение индивидуального задания (ИЗ); выполнение группового задания (ГЗ), устный опрос (УО), деловая игра (ДИ), доклад (Д).

Таблица 4 - Вид, контроль выполнения и методическое обеспечение СРС

Вид СРС	Количество часов	Контроль выполнения	Методическое обеспечение
Устный опрос	8	Устный опрос	Основная и дополнительная литература
Индивидуальное задание	7	Проверка индивидуального задания	Основная и дополнительная литература
Групповое задание	7	Защита задания	Основная и дополнительная литература
Деловая игра	7	Оценка игры	Основная и дополнительная литература
Доклад	7	Защита доклада	Основная и дополнительная литература
Подготовка к зачету	4	Устный опрос, тестирование	Основная и дополнительная литература
Всего	40		

Обучение студентов с ограниченными возможностями здоровья осуществляется в соответствии с «Положением об организации обучения студентов с ограниченными возможностями здоровья в ФГБОУ ВО Алтайский ГАУ».

5. Оценочные и методические материалы

5.1. Оценочные средства для текущей аттестации

5.1.1 Деловая игра по теме «Формы деловых коммуникаций»

Цели:

- диагностика управленческих навыков: постановка задач, выстраивание коммуникаций; осознание необходимости грамотного распределения обязанностей и постановки задач; проблематизация.

Реквизит: колода из 36 карт, листочки для записок, ручки на каждого участника. Ход работы: Выбираются 9 добровольцев, между которыми распределяются роли (заранее написать на листочках, они вытягивают): Генеральный Директор, 2 Руководителя Отделов, 3 подчиненных Отдела №1 и 3 подчиненных Отдела №2. Участники рассаживаются в «трамвайчик». Каждому дается своя Инструкция, ГД – за дверью, отдельно от других – устно.

Остальные – являются наблюдателями.

Каждому Участнику раздаются по 4 карты (в случайном порядке). Общая инструкция: «Вы Компания «Карты в масти». В Вашей Компании есть 2 отдела, Ген.Директор и Руководители этих отделов.

У вас на руках карты. Пока никому их не показывайте! Сейчас у нас будет 15 минут, в течение которых нам надо будет выполнить задание. Каждый из вас получит свою роль. Помните, что разговаривать в этой игре нельзя! Все ваше общение будет совершаться через электронную почту (записки). При этом во время общения нельзя нарушать иерархию!

Общение происходит только в цепочке: Ген.Директор – Руководители – Сотрудники, и в обратную сторону»

Ген.Директор (задание дается устно, отдельно от других): «Ваша задача - собрать у себя 4 туза, также, чтобы у каждого сотрудника были карты одного достоинства. При этом открыто говорить о задании нельзя. Можно давать распоряжения в другом виде» (он может задать мне вопросы)

Остальным Участникам задание дается письменно

Руководитель Отдела 1: «Ваша задача – выполнять распоряжения Ген.Директора.

Общаться можно только с Рук. Отдела 2, ГД и непосредственными подчиненными. Общение осуществляется через электронную почту»

Руководитель Отдела 2: «Ваша задача – выполнять распоряжения Ген.Директора.

Общаться можно только с Рук. Отдела 1, ГД и непосредственными подчиненными. Общение осуществляется через электронную почту»

Сотрудник 1 (Отдел 1): «Ваша задача – выполнять распоряжение Руководителя. В один момент времени у вас на руках не может быть больше 4 карт. Вы можете общаться друг с другом только через электронную почту»

Сотрудник 2 (Отдел 1): «Ваша задача – выполнять распоряжение Руководителя. В один момент времени у вас на руках не может быть больше 4 карт. Вы можете общаться друг с другом только через электронную почту. Вы не можете общаться друг с другом»

Сотрудник 3 (Отдел 1): Ваша задача – выполнять распоряжение Руководителя. В один момент времени у вас на руках не может быть больше 4 карт. Вы можете общаться друг с другом только через электронную почту. Вы не можете общаться друг с другом»

Сотрудник 1 (Отдел 2): «Ваша задача – выполнять распоряжение Руководителя. В один момент времени у вас на руках не может быть больше 4 карт. Вы можете общаться друг с другом только через электронную почту. Вы не можете общаться друг с другом»

Сотрудник 2 (Отдел 2): «Ваша задача – выполнять распоряжение Руководителя. В один момент времени у вас на руках не может быть больше 4 карт. Вы можете общаться друг с другом только через электронную почту. Вы не можете общаться друг с другом»

Сотрудник 3 (Отдел 2): «Ваша задача – выполнять распоряжение Руководителя. В один момент времени у вас на руках не может быть больше 4 карт. Вы можете общаться друг с другом только через электронную почту. Вы не можете общаться друг с другом»

Обсуждение игры:

Вопрос к «сотрудникам»:

- Как и что вы чувствовали, когда были подчиненными?
- Насколько это похоже на жизнь?
- Бывает, что реальный сотрудник тоже не понимает, что от него хотят?
- Как часто руководителю просто времени не хватает на все дела, тогда как подчиненные сидят без дела и "маются"?

Вывод: когда нет четких целей (инструкций) - результатов тоже нет. Вопрос к «руководителям»:

- Что вы чувствовали, что делали? Вопрос к ГД:
- Что вы чувствовали, что делали?

ОЦЕНИВАНИЕ УЧАСТИЯ СТУДЕНТОВ В ДЕЛОВОЙ ИГРЕ

Шкала оценивания	Критерии оценивания
Отлично (высокий уровень)	выставляется, если задание выполнено на 85-100%
Хорошо (продвинутый уровень)	выставляется, если задание выполнено на 70-84%
Удовлетворительно (пороговый уровень)	выставляется студенту, если задание выполнено на 50-69%
Неудовлетворительно (ниже порогового уровня)	выставляется студенту, если задание выполнено менее чем на 50%

5.1.2 Доклады

Примерная тематика докладов на тему «Культура деловых коммуникаций»

1. Этика и этикет.
2. Особенности этики общения в бизнес-среде.
3. Законы и правила этичности.
4. Этичность как качество личности.
5. Североамериканская деловая культура.
6. Европейская деловая культура.
7. Деловая культура арабских стран.
8. Российская деловая культура.
9. Деловая одежда.
10. Визитная карточка.
11. Вопросы протокольного старшинства.
12. Порядок встречи, приветствий и представлений.
13. Протоколно-организационные аспекты проведения переговоров и бесед.

ОЦЕНИВАНИЕ ДОКЛАДОВ СТУДЕНТОВ

Шкала оценивания	Критерии оценивания
Отлично (высокий уровень)	выставляется, если тема раскрыта на 85-100%
Хорошо (продвинутый уровень)	выставляется, если тема раскрыта на 70-84%
Удовлетворительно (пороговый уровень)	выставляется студенту, если тема раскрыта на 50-69%
Неудовлетворительно (ниже порогового уровня)	выставляется студенту, если тема раскрыта менее чем на 50%

5.1.3 Устный опрос

Тема «Основы коммуникативной компетентности специалиста»

1. Психологические методы убеждающего воздействия.
2. Построение аргументации.
3. Типы вопросов и способы их использования.
4. Барьеры коммуникации.
5. Пути преодоления коммуникационных барьеров.

Тема «Методы и формы теории коммуникации»

1. Сущность деловых коммуникаций.
2. Функции теории деловых коммуникаций.
3. Методы деловых коммуникаций. Приведите примеры.
4. Основные формы коммуникаций. Приведите примеры.

Тема «Коммуникативная сторона делового взаимодействия»

1. Общая характеристика коммуникативной стороны делового взаимодействия
2. Вербальная деловая коммуникация.
3. Невербальная деловая коммуникация.

Тема «Культура деловых коммуникаций»

1. Этикет.
2. Основы деловой этики.
3. Национальные особенности делового общения.
4. Атрибуты делового общения.

ОЦЕНИВАНИЕ УСТНОГО ОТВЕТА:

Шкала оценивания	Критерии оценивания
5 («отлично»)	полно и аргументированно отвечает по содержанию задания; излагает материал последовательно и правильно.
4 («хорошо»)	полно и аргументированно отвечает по содержанию задания; излагает материал последовательно и правильно, но допускает отдельные погрешности в ответе.
3 («удовлетворительно»)	излагает материал неполно и допускает неточности в определении понятий или формулировке правил; излагает материал непоследовательно и допускает ошибки.
2 («неудовлетворительно»)	обучающийся обнаруживает незнание ответа на соответствующее задание, допускает ошибки в формулировке определений и правил, искажающие их смысл, беспорядочно и неуверенно излагает материал.

5.1.4 Групповое задание

Тема «Коммуникативная сторона делового взаимодействия»

1. Назовите причины неэффективных коммуникаций компании «Сан».
2. Назовите барьеры коммуникационного процесса в компании «Сан».
- 3.. Дайте рекомендации по улучшению коммуникационного процесса в компании «Сан».
4. Назовите основных участников, по вине которых возникли проблемы в коммуникациях.

Ситуация.

Открыв филиалы в разных странах, компания «Сан» разделилась на несколько «удельных княжеств». Если раньше инициативы руководства быстро доставлялись в подразделения, то теперь информация приходит через несколько дней и с искажениями. Заметный рывок в своем развитии новосибирская компания «Сан», поставляющая широкоформатные принтеры и расходные материалы для рекламного рынка, сделала еще в 2004 году. Тогда компания открыла сеть филиалов по всей России: в Москве, Екатеринбурге, Самаре, Иркутске, Санкт-Петербурге, Ростове-на-Дону и Казани. Год спустя «Сан» начала прокладывать пути на Восток – открыла два офиса в Китае. Из города Шэньчжэнь оборудование поставляется в ЮАР и на Ближний Восток, из Урумчи техника отправляется в страны СНГ: Азербайджан и Казахстан.

«Недавно список наших достижений пополнился запуском первого в России производства сольвентных чернил (специальные чернила для рекламных баннеров, устойчивы к выцветанию) и открытием крупнейшего в России сервисного центра по обслуживанию печатной техники, – рассказывает генеральный директор «Сан» Наталья Стасюк. – Это сделало нашу компанию лидером рынка».

Но одновременно со статусом крупного игрока компания получила и новую «болезнь» – внутреннюю разобщенность. Заметнее всего она проявилась на уровне филиалов. Из-за неоперативного обмена информацией между ними произошло несколько недоразумений. Но похожие симптомы, как оказалось, проявляются и не на столь глобальном уровне: порой даже отделы внутри одной бизнес-единицы не особенно интересуются тем, что происходит

на другом участке.

Несколько месяцев назад «Сан» сообщила своим партнерам о поступлении в продажу новой модели принтера для широкоформатной печати. Предложение вызвало огромный интерес. Коммерческий отдел принял множество заявок, а затем выяснилось, что выполнить все заказы не получится. «Такая сложная техника – это всегда штучное производство, – поясняет Наталья Стасюк. – Отдел поставок не успел вовремя распространить информацию о том, каковы реальные возможности производителя. В результате мы «продали» больше, чем было на складе у партнера».

Еще один казус произошел в июле, когда менеджеры «Сан» собрались на крупнейшую выставку печатного оборудования в Китае. Чтобы понять, какие виды техники стоит включить в ассортимент, руководство компании пригласило в поездку около 80 партнеров из России, СНГ, Польши, ЮАР. Двое партнеров не успели присоединиться к общей группе и полетели в Китай самостоятельно, но оказались не в Шанхае, а в Шэньяне. Как выяснилось, они положились на неточную информацию коммерческой службы. Распространителей «ложных слухов» оштрафовали, но руководство задумалось, почему происходят такие сбои при передаче информации и чем в итоге может обернуться подобная неосведомленность сотрудников.

Запущенной «болезнь» пока назвать нельзя: вопиющих нестыковок больше не случалось. Однако в компании обеспокоены тем, что плохая координация отделов замедляет работу. Например, когда чернила собственного производства появились в прайс-листе «Сан», централизованной рассылки подробного описания новой продукции сервисный центр не сделал. В результате у некоторых менеджеров по продажам нужная информация появилась с опозданием в несколько дней.

Еще одно следствие – часть ценной информации остается «за бортом». Например, последней общается с клиентами служба сервисных инженеров. Тем самым она собирает пожелания партнеров по оптимизации работы или первой узнает о планах замены оборудования. Однако передавать информацию дальше по цепочке инженеры не спешат, несмотря на то, что должностные инструкции обязывают их вводить важные сведения, полученные от клиента, в CRM-систему. В свою очередь менеджеры по продажам и сопровождению проектов недополучают ценные «разведанные», которые могут увеличить прибыль компании.

В компании не считают, что персонал относится к своей работе недобросовестно или равнодушен к фирме. Скорее, по причине быстрого роста бизнеса сотрудники перестали понимать, какие новые цели стоят перед предприятием и как их работа поможет ускорить достижение этих целей.

Похожих трудностей много и у других компаний. В «Сан» заинтересовались опытом концерна Ford Motor Company, офисы которого в свое время напоминали небольшие государства со своими законами и представлениями об эффективной работе. «Мы принимали менеджеров головного офиса, внимательно их слушали, но потом все делали по-своему. Мы были настоящим удельным княжеством», – вспоминал в своих интервью генеральный директор концерна Жак Нассер, ставший впоследствии идеологом концепции объединения.

Лучшим способом восстановить нарушенные связи между разными подразделениями Жак Нассер считал обучение. От услуг сторонних консультантов он отказался. Для начала, полагал Нассер, каждый сотрудник должен был понимать, что происходит на передовой. Для этого из высшего звена рекрутировали «лидеров перемен». Их задачей было объяснить, каковы рыночные позиции компании, к чему она стремится и насколько важна слаженная работа всех отделов. Затем проводились встречи с руководством и коллегами, обучающие семинары. Расширить кругозор менеджеров и активизировать поток инновационных идей относительно того, как усовершенствовать бизнес, должна была ротация кадров.

Чтобы сотрудники охотнее обменивались информацией и представляли, как идет работа в других отделах, некоторые западные компании не дробят офис на множество кабинетов, а размещают сотрудников в «открытом пространстве». Делают правилом регулярные встречи с руководством и мозговые штурмы, на которых обязательно присутствуют не только топ-менеджеры, но и рядовые сотрудники.

«Мы отобрали самые простые и эффективные инструменты и попробовали наладить внутренние коммуникации», – рассказывает Наталья Стасюк.

В «Сан» начали с создания внутреннего сайта, который загружается как стартовая страница. Правда, большой популярностью у персонала он не пользуется. Выкладку новостей о жизни компании возложили на отдел персонала центрального офиса в Новосибирске, в котором работают три сотрудника. Но из-за возрастающего объема работы (к лету численность сотрудников только в одном Новосибирске выросла до 150 человек, а в конце 2005 г. их было 130) у менеджеров часто не остается времени на внутренние коммуникации.

Вторым шагом стали встречи на низшем уровне: руководство собрало технологов собственного завода и менеджеров по продажам и попросило задать те вопросы, подробных ответов на которые сотрудники не смогли получить ранее. Участники беседы позднее признались, что у них, наконец, сформировалось ясное представление об ассортименте и технологических тонкостях выполнения заказов.

Еще одним каналом оперативного оповещения о решениях руководства, новых продуктах и услугах стали регулярные централизованные рассылки. Но, по наблюдениям руководства, не все воспринимают эти сообщения как действительно важные.

«Мы собираемся запустить новую, более дружелюбную CRM-систему, – говорит Наталья Стасюк. – Все, что нами применялось, – это эффективные инструменты, но не могу сказать, что мы сразу же справились с трудностями в их использовании. И я понимаю, что при их внедрении нужна продуманная, интегрированная программа действий».

В последние годы многие российские компании, особенно на потребительском рынке, столкнулись с тем, что качество внутренней инфраструктуры не соответствует масштабам количественного роста компании. На советы тех, кто справился с этими проблемами, и рассчитывают в компании «Сан». С чего начать строительство системы, которая заставит филиалы и подразделения не замыкаться на своем участке, а оперативно делиться информацией с коллегами? Как сделать так, чтобы процесс коммуникации не воспринимался как дополнительная неинтересная обязанность?.

Справка

ООО «Сан» занимается производством принтеров для широкоформатной печати и чернил и, являясь лидером в России и СНГ, активно выходит на международный рынок.

1 марта 1998 года в Новосибирске (Россия) была основана компания по продаже оборудования для широкоформатной печати. Первоначально основной деятельностью «Сан» была продажа расходных материалов для производства рекламы и светового оборудования, а с 2003 г. также продажа китайских сольвентных принтеров Infiniti.

Активный рост отрасли широкоформатной печати дал толчок к устойчивому развитию. В 2005 году в «Сан» были основаны крупнейший в России сервисный центр и исследовательская лаборатория для стимулирования инновационных разработок. Были произведены первые в России сольвентные чернила. Компания от перепродажи оборудования перешла к собственному производству.

Сильно расширился ассортимент продукции: кроме принтеров появились еще лазерные граверы, фрезеры, LED дисплеи.

Также была открыта широкая филиальная сеть. Компания «Сан» представлена в следующих городах: Москве, Екатеринбурге, Самаре, Иркутске, Санкт-Петербурге, Ростове-на-Дону, Казани, а также в Украине – в Киеве. С 2007 года работает филиал в Казахстане (Алматы).

В 2006 году был открыт единственный в России завод по производству чернил под торговой маркой SunFlower.

С 2007 года компания активно выходит на международный рынок с собственными продуктами. «Сан» является разработчиком UV-LED технологии, являющейся революционной: отверждение краски происходит за счет УФ-излучения от светодиодов. Данная технология позволяет создавать энергосберегающее, безопасное и экономически выгодное оборудование. UV-LED технология вызвала огромный интерес клиентов со всего мира.

В 2008 году «Сан» представил единственный в мире 100%-ый экологичный УФ- принтер NEO UV-LED Evolution с инновационной электроникой для высокоскоростной передачи данных. Принтер стал сенсацией на рынке широкоформатной печати.

Также «Сан» представляет чернила Sunflower NANOink – уникальные чернила, производимые с использованием нанотехнологий. Главная польза этих чернил для наших клиентов – это увеличение интенсивности цвета напечатанного изображения

Компания «Сан» не останавливается на достигнутом: постоянно ведутся разработки, внедрение новых технологий, усовершенствование и улучшение качества наших продуктов. На данный момент в работе много интересных проектов: со-здание гибких чернил, разработка электроники, создание принтеров нового типа.

С целью продемонстрировать возможности оборудования «Сан» принимает участие во всех крупнейших международных выставках: FESPA (Германия, Индия, Швейцария), SGIA (США), VISCOM (Испания, Франция, Италия, Германия), DRUPA (Германия), Glasstec (Германия), а также Инновационных форумах и ярмарках («Интеграция – 2008», г. Томск; Форум в г. Санкт-Петербурге; «GlobalConnect» в Штутгарте) и т.д.

На данный момент у «Сан» создана дистрибьюторская сеть в разных странах мира: представители работают во Франции, Германии, Италии, Испании, Португалии, Австралии, Великобритании, Греции, Индии, Чешской республике, Объединенных Арабских Эмиратах и других странах. Сеть продаж постоянно расширяется.

Штат компании по состоянию на лето 2009 г. насчитывает около 300 высококлассных специалистов, среди которых талантливые ученые - химики и программисты, опытные инженеры и сотрудники производства, коммуникабельные менеджеры по продажам и профессиональные офисные специалисты.

Тема «Деловые коммуникации посредством письменных документов»

Преподаватель делит студенческую группу на малые группы, которые выполняют роли сотрудников подразделений: бухгалтерия, отдел кадров, экономический отдел, служба безопасности, отдел маркетинга и др.

2. Каждая малая группа выбирает 1 управленческую ситуацию (см. примерный перечень управленческих ситуаций).

3. В соответствии с ситуацией члены малой группы разрабатывают проект документа (докладная записка, письмо, служебная записка, распоряжение и др.) и передают его в другую малую группу.

4. Малые группы в соответствии с полученными документами готовят ответ на них (письменно).

5. Преподаватель проверяет правильность составления документов и соответствие их управленческой ситуации.

Примерный перечень управленческих ситуаций

1. Нарушение трудовой дисциплины сотрудником финансового отдела.
2. Проведение конференции.
3. Разработка новой системы оплаты труда.
4. Нарушение договора поставки товаров.
5. Предложение о сотрудничестве.
6. Запрос информации о стоимости банковских услуг.
7. Напоминание об истечении срока исполнения обязательства.
8. Приглашение на презентацию.
9. Представление на премирование.
10. Ненадлежащее исполнение задания сотрудником другого отдела.

Тема «Конфликты в деловых и научных коммуникациях: способы их предупреждения и разрешения»

1. Преподаватель организует групповую дискуссию о проблемах конфликтов в деловых коммуникациях: способы их предупреждения и разрешения.
2. Преподаватель формирует подгруппы в составе 4-5 чел. Каждая подгруппа определяет проблемную ситуацию на примере организации. Преподаватель назначает ответ
3. По заданной теме в подгруппах студенты готовят проект доклада.
4. Ответственные за проведенные дискуссии в подгруппах выступают с докладами и отвечают на различные вопросы.
5. По каждому докладу представители других подгрупп выступают в полемике поочередно с положительной и отрицательной оценкой предложений докладчика, а также оценивают его ответы, тактические приемы нейтрализации возражений.
6. Преподаватель подводит итоги групповой дискуссии, дает свою оценку качеству представленных результатов и особенностям вклада отдельных студентов в решении задач занятия.

ОЦЕНИВАНИЕ ГРУППОВОГО ЗАДАНИЯ

Шкала оценивания	Критерии оценивания
5 («отлично»)	полно и аргументированно отвечает по содержанию задания; излагает материал последовательно и правильно.
4 («хорошо»)	полно и аргументированно отвечает по содержанию задания; излагает материал последовательно и правильно, но допускает отдельные погрешности в ответе.
3 («удовлетворительно»)	излагает материал неполно и допускает неточности в определении понятий или формулировке правил; излагает материал непоследовательно и допускает ошибки.
2 («неудовлетворительно»)	обучающийся обнаруживает незнание ответа на соответствующее задание, допускает ошибки в формулировке определений и правил, искажающие их смысл, беспорядочно и неуверенно излагает материал.

5.1.5 Индивидуальные задания

Тема «Формы деловых коммуникаций»

1. Студенты знакомятся с описанием ситуации для анализа.
2. Каждый студент разрабатывает предложения по решению проблем, описанных в ситуации для анализа, и готовит тезисы выступления.
3. Студенты докладывают аудитории результаты работы.
4. Преподаватель и студенты обсуждают и оценивают предложенные варианты решений.

Ситуация 1

В коммуникативном процессе организации имеет место искажение информации, проходящей по каналам связи. Главный инженер организации проводит производственное совещание, в ходе которого обсуждается и эта проблема. Участники совещания высказывают мнения о том, с чем связано искажение информации.

Начальник цеха растениеводства Федоров считает: «Основное искажение происходит из-за фильтрации информации при ее движении вверх, вниз или по уровням управления. В целях ускорения движения информации сведения интегрируются и упрощаются, значительная их часть теряется».

Бригадир Петров отмечает: «Главный виновник – перегрузка каналов информационных систем большим объемом информации; перечень и состав требуемых сведений необходимо сокращать».

Директор организации Колосов высказывает свою точку зрения: «Проведем оптимизацию структуры организации, уменьшим число уровней управления, уменьшим численность аппарата управления – и решим проблему искажения информации».

Постановка задачи.

1. Высказанные мнения дополняют или исключают друг друга?
2. Каких взглядов по данной проблеме развития информационных систем придерживаетесь вы лично?

Ситуация 2

Между начальником участка и прорабом разгорелся спор при оценке степени искажения информации, обусловленной различными статусами уровней организации. Начальник участка Федотов считает: «Чем ниже уровень статуса подразделения и руководителя, тем выше степень искажения информации из-за узости каналов передачи, ее корректировки слухами, ограниченности носителей информации». Прораб Проклов, подумав, сказал: «Нет, с этим я не согласен. При переходе на самые высокие уровни статуса управления искажение информации более значительно, так как предпочтение отдается позитивной информации, а негативная корректируется в сторону завышения отчетных показателей».

Постановка задачи.

1. Какое из двух мнений вам импонирует в большей степени? Обоснуйте свой ответ.
2. Объясните понятие «канал передачи (отправления и получения) информации».
3. Перечислите общеизвестные каналы передачи информации. Оцените их эффективность с позиции рыночных условий хозяйствования.

Тема «Деловые коммуникации посредством письменных документов»

1. Каждый студент выбирает должность менеджера.
2. Студенты составляют письменный документ – докладную записку, служебную записку, информационное письмо и т.п.
3. Передают документы по цепочке, готовят ответы (документы) на поступивший документ.

Варианты должностей и организаций для построения коммуникаций:

Должность

1. Начальник отдела маркетинга.
2. Главный экономист.
3. Главный инженер.
4. Главный бухгалтер.
5. Начальник отдела снабжения.
6. Финансовый директор.
7. Главный агроном.
8. Главный зоотехник.
9. Главный ветеринарный врач.

Организация

1. Молочный комбинат.
2. Хлебозавод.
3. Тракторный завод.
4. Высшее учебное заведение.
5. Банк.
6. Районное управление сельского хозяйства.
7. Районная администрация.
8. Автотранспортное предприятие.
9. Мельница.

Тема «Конфликты в деловых и научных коммуникациях: способы их предупреждения и разрешения»

1. На каждую ситуацию предложите варианты ответа.
2. Оцените возможные последствия.
3. Выберите ответы, поведение, ведущие к разрешению конфликта.
4. Какие приемы коммуникаций будут наиболее эффективными?
5. Как следовало построить общение для избегания конфликтной ситуации?

1. Извозчик

Приехав к месту встречи на такси, пассажир интересуется стоимостью поездки. Получает ответ, сверяет его с смс-сообщением от диспетчера и видит, что названная стоимость выше. Пассажир высказывает таксисту свое недовольство. Таксист:

«А зачем спрашивал тогда? На лжи меня поймать хотел?»

2. Наглый экономист

Опытного, но молодого руководителя приняли на работу развивать с нуля новое бизнес-направление в группе компаний. Официально его должность звучала как «руководитель направления» в группе компаний. Под данный бизнес сформировано отдельное юридическое лицо, собственником и генеральным директором которого является главный собственник группы компаний, а главным бухгалтером — главный бухгалтер группы компаний. При обсуждении собственником и руководителем направления юридических подробностей, экономист, известная своим нагловатым стилем общения, оказалась рядом случайно и в полу шутку, громко говорит молодому руководителю:

«А директором кто будет, ты что ли?»

3. Случай в магазине

В супермаркете в отделе кулинарии покупательница берёт пакет молока и этот пакет неудачно роняет. Поднимает пакет, который от удара потёк. Покупательница идёт ставить пакет на место. Внезапно, юноша, сотрудник магазина, наблюдающий за этой сценой произносит:

«Вот вы его уронили, и сейчас поставите на место?»

4. Неграмотный бизнесмен?

Бизнесмен является постоянным безвозмездным донором крови. Он считает, что этим помогает людям. В очередной раз придя на пункт переливания крови и пройдя за час все регистрационные процедуры он ожидает приглашения на сдачу крови. На его телефоне раздается звонок от важного поставщика. Он отвечает на него и через пару минут после начала разговора слышит приглашение на процедуру сдачи. Не прекращая говорить, он заходит в помещение для сдачи и тут слышит от медсестры:

«Вы в школе учились? Читать умеете? Русским языком же написано, что по телефону запрещено разговаривать!»

5. Грамотность

Олег и Сергей партнёры по бизнесу. В последнее время у них натянутые отношения. Олег пишет письмо Сергею с обсуждением рабочих вопросов. При очередной встрече в офисе Олег интересуется мнением Сергея по существу письма. На что получает неоднозначный ответ:

«Тебе надо лучше следить за грамотностью, стыдно делать столько ошибок. Это не красит тебя как акционера!»

6. Шутник?

Во время обеда в середине чемпионата за стол к одному из участников подсади судьи. Дру-

гой участник, Николай, подходит к столу с улыбкой:
«Иван, ты зачем коррумпируешь судей? Сколько ты им заплатил?»

7. Сижу, курю

В коллектив нанимают нового сотрудника, за которым долго «охотилась» служба персонала. В первый же рабочий день возникает кризисная ситуация: во время рабочего дня один из сотрудников достаёт сигарету и закуривает прямо в кабинете, на удивлённый взгляд нового сотрудника (некурящего человека) «ветеран» говорит:
«В чужой монастырь со своим уставом не ходят».

8. Предприниматель без билета

Предприниматель, оказавшись без машины, сел в троллейбус, и с непривычки забыл купить билет. К нему через две остановки подходит контроллер, имеющий точную инструкцию сперва «садить зайца» с троллейбуса, а затем взять штраф. На вопрос предпринимателя, сколько он должен, контроллер с энтузиазмом громко говорит:
«Нечего мне взятку совать, выходите, там разберемся».

9. Оказался в ненужном месте

Вице-президент (дама с характером) вызывает директора к себе в кабинет. Подчинённый директора, молодой и тактичный, но ершистый кандидат на скорое повышение Кузнецов, случайно отдыхал в одном пансионате с вице-президентом, где видел её с любовником. Вице-президент говорит директору:
«Ну и как мы с твоим Кузнецовым будем расставаться?»

10. Повесьте мне баннеры

В производственной фирме размещен заказ на монтаж 3-х баннеров. В назначенный день бригадир монтажных работ звонит клиенту, чтобы согласовать время удобного для клиента монтажа и во время телефонного разговора узнает, что оказывается перед монтажом нужно будет осуществить еще и демонтаж 4-х прежних вывесок от бывших арендаторов, которые препятствуют проведению монтажных работ и слышит от клиента:
«Я не понимаю в чем проблема, там всего 4 болта открутить нужно. Это 10 минут!»

11. Хочу в отпуск

Сотрудник Елена в компании работает уже 4 года, 2 года из них занимает должность Директора офиса, заместителя у неё нет. Обязанностей с каждым годом становится все больше и больше, а вот зарплата не растёт, да и в отпуск руководство отказывается отпустить, за 4 года накопилось 70 неотгуленных дней. Елена, уволиться не может, т.к. у неё ипотека, которую кроме неё никто не заплатит. В компании Елена очень Важный и ценный сотрудник, уверенны, что никуда она от них не уйдет. Подходит время очередного отпуска по графику и Елена приносит заявление своему Куратору Артему, с просьбой отпустить хотя бы на две недели, на что Артем ей заявляет:
«Елена, если ты в отпуск пойдешь, кто же за тебя работать будет?»

12. Правила для всех одни

В фирме работает 2 курьера: Олег и Николай, Олег родственник директора. Когда Николай ушел в отпуск, Олег его заменял. В этот период по его просьбе ему были компенсированы расходы на ГСМ в сумме 300 руб, чего ранее не делалось никому. Вернувшийся из отпуска Николай, узнав об этом, приходит к директору и просит:
«Возместите и мне затраты на ГСМ за прошлый месяц».

Тема «Основы коммуникативной компетентности специалиста»

Задание «Оценка коммуникационного процесса»

После посещения выставки, собрания или конференции студенты готовят сообщение, которое должно содержать следующие основные элементы.

1. Название организации, местонахождение организации, сфера деятельности.
2. Вид презентации.
3. Содержание презентации (выступление, демонстрация товара, дегустация, раздача буклетов, других информационных материалов, образцов продукции, показ видеofilmа, ответы на вопросы аудитории и т.п.).
4. Оценка личности выступающего (внешний вид, контакт с аудиторией, манера держаться, дикция, темп изложения, громкость, интонации, паузы, выразительность передачи информации, передача чувств, мыслей, настроения, культура речи, аргументация выступления и др.).
5. Аудитория (для кого проводится презентация).
6. Анализ доклада (логическая связь частей доклада, между отдельными тезисами, логическая последовательность, переходы, выделение времени на каждый тезис и на доклад в целом).
7. Средства воздействия – схемы, плакаты, таблицы, текст (тезисы) выступления, буклеты. Технические средства – мультимедийный проектор, телевизор и т.п.
8. Не менее 3 развёрнутых предложений по совершенствованию презентации.

ОЦЕНИВАНИЕ ИНДИВИДУАЛЬНОГО ЗАДАНИЯ

Шкала оценивания	Критерии оценивания
5 («отлично»)	полно и аргументированно отвечает по содержанию задания; излагает материал последовательно и правильно.
4 («хорошо»)	полно и аргументированно отвечает по содержанию задания; излагает материал последовательно и правильно, но допускает отдельные погрешности в ответе.
3 («удовлетворительно»)	излагает материал неполно и допускает неточности в определении понятий или формулировке правил; излагает материал непоследовательно и допускает ошибки.
2 («неудовлетворительно»)	обучающийся обнаруживает незнание ответа на соответствующее задание, допускает ошибки в формулировке определений и правил, искажающие их смысл, беспорядочно и неуверенно излагает материал.

5.2.Оценочные средства для промежуточной аттестации

5.2.1Вопросы к зачету

1. Сущность социальных коммуникаций.
2. История развития теории коммуникации.
3. Эвристика и синергетика.
4. Основные понятия теории коммуникации.
5. Сущность деловых коммуникаций.
6. Функции теории деловых коммуникаций.
7. Методы деловых коммуникаций.
8. Основные формы коммуникаций.
9. Общая характеристика коммуникативной стороны делового взаимодействия.
10. Вербальная деловая коммуникация.
11. Невербальная деловая коммуникация.
12. Деловая беседа.
13. Деловое совещание.
14. Деловые переговоры.
15. Презентация.
16. Дебаты.

17. Этические аспекты письменных коммуникаций.
18. Классификация документов.
19. Этические нормы при составлении делового письма.
20. Деловое общение посредством визитной карточки.
21. Причины конфликтов.
22. Динамика конфликта.
23. Способы предупреждения и разрешения конфликтов.
24. Сущность конфликта.
25. Психологические методы убеждающего воздействия.
26. Построение аргументации.
27. Типы вопросов и способы их использования.
28. Барьеры коммуникации.
29. Этикет. Основы деловой этики.
30. Национальные особенности делового общения.
31. Атрибуты делового общения.
32. Классификация видов искажений информации.
33. Виды деловых писем
34. Оформление организационно-распорядительных документов
35. Оформление информационно-справочных документов

Оценивание ответа на зачете:

Шкала оценивания	Критерии оценивания
«зачтено»	студент знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей. В ответе могут быть допущены неточности или незначительные ошибки, исправленные студентом в ходе ответа на дополнительные вопросы преподавателя
«незачтено»	студент не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Список имеющихся в библиотеке университета изданий основной учебной литературы по дисциплине

№ п/п	Библиографическое описание издания	Примечание (кол-во экз.)
1	Байтасов, Р. Р. Деловые коммуникации : учебное пособие для вузов / Р. Р. Байтасов. - Санкт-Петербург : Лань, 2024. - 256 с. - URL: https://e.lanbook.com/book/362888 . - Режим доступа: для автор. пользователей. - ISBN 978-5-507-47988-7. - Текст : электронный.	ЭБС «Лань»
2	Михеева, М. Ф. Деловые коммуникации : учебное пособие для студентов бакалавриата направления подготовки 38.03.02 «менеджмент», профиль «бизнес-аналитика и цифровая трансформация» и «производственный менеджмент», всех форм обучения / М. Ф. Михеева, О. М. Мушкарлова. - Санкт-Петербург : СПбГУТУ, 2024. - 80 с. - URL: https://e.lanbook.com/book/426368 . - Режим доступа: для автор. пользователей. - ISBN 978-5-9239-1457-3. - Текст : электронный.	ЭБС «Лань»

Список имеющихся в библиотеке университета изданий дополнительной учебной литературы по дисциплине

№ п/п	Библиографическое описание издания	Примечание (кол-во экз.)
1	Жидких, Е. И. Анализ и проектирование коммуникационного процесса : учебно-методическое пособие для практических занятий / Е. И. Жидких, Ю. Н. Назаркина. - Барнаул : Изд-во АГАУ, 2009. - 90 с. - Загл. с титул. экрана. - Имеется печ. аналог. - Текст : электронный.	Сайт Алтайского ГАУ, ЭК биб-ки
2	Мамай, О. В. Деловые коммуникации : методические указания / О. В. Мамай, И. Н. Мамай. - Самара : СамГАУ, 2024. - 36 с. - URL: https://e.lanbook.com/book/432224 . - Режим доступа: для автор. пользователей. - Текст : электронный.	ЭБС «Лань»
3	Сиганьков, А. А. Деловые коммуникации : практикум / А. А. Сиганьков. - Москва : РТУ МИРЭА, 2021. - 70 с. - URL: https://e.lanbook.com/book/218462 . - Режим доступа: для автор. пользователей. - Текст : электронный.	ЭБС «Лань»

Составитель:
к.э.н., доцент


подпись

Е.И. Жидких

Список верен
Зав. библиотекой



Е.Б. Городкова

6.3. Информационные справочные системы

1. КонсультантПлюс – Законодательство РФ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>, свободный. – Загл. с экрана. – Яз.рус.
2. ГАРАНТ - Законодательство с комментариями [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.garant.ru/>, свободный. – Загл. с экрана. – Яз.рус.

6.4. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети Интернет

1. Центр дополнительного образования «Элитариум»
<http://www.elitarium.ru>
2. Научная электронная библиотека «Киберленинка»
<https://cyberleninka.ru>
3. Научная электронная библиотека Elibrary <https://elibrary.ru>
4. Сайт «И-Экзекьютив» <http://www.e-xecutive.ru> .

Для проведения занятий лекционного типа, практических занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации имеются учебные аудитории, а также помещения для выполнения самостоятельной работы, хранения и обслуживания учебного оборудования.

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Для проведения занятий лекционного типа, практических занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации имеются учебные аудитории, а также помещения для выполнения самостоятельной работы, хранения и обслуживания учебного оборудования.

Аннотация дисциплины «Деловые коммуникации
в профессиональной деятельности»

Цель дисциплины: на основе современных научных подходов к изучению коммуникации создать условия для формирования у студентов знаний о коммуникативной компетентности в профессиональной деятельности управленца, способствовать выработке навыков, умений организации, проведения различных форм деловой коммуникации.

Освоение данной дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций

№ п/п	Содержание компетенций, формируемых полностью или частично данной дисциплиной
1	способностью осуществлять внутриорганизационные (с персоналом организации) и внешние коммуникации с коммерческими организациями, институтами гражданского общества, средствами массовой информации

Трудоемкость дисциплины, реализуемой по учебному плану

Вид занятий	Всего	В том числе по семестрам (1 семестр)
Аудиторные занятия, часов, всего	20	20
в том числе		
Лекции	8	8
Практические занятия	10	10
Самостоятельная работа	40	40
Общая трудоемкость, часов	58	58
Форма промежуточной аттестации	зачет	зачет

Перечень изучаемых тем:

1. Методы и формы теории коммуникации
2. Коммуникативная сторон делового взаимодействия
3. Формы деловых коммуникаций
4. Деловые коммуникации посредством письменных документов
5. Конфликты в деловых и научных коммуникациях: способы их предупреждения и разрешения
6. Основы коммуникативной компетентности специалиста
7. Культура деловых коммуникаций