

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА

38.03.02 Менеджмент

Аннотация рабочей программы дисциплины «Деловые коммуникации»

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зач. единиц, 108 часов, форма промежуточной аттестации – зачет.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды занятий: лекционные – 34 часа; практические – 17 часов; самостоятельная работа обучающегося составляет 57 часов.

Учебным планом предусмотрено РГЗ с объемом самостоятельной работы студента – 18 часов.

Дисциплина предусматривает изучение следующих основных разделов:

Роль коммуникаций в развитии общества. Особенности современного коммуникативного пространства. Этапы развития теории коммуникации. Коммуникативный процесс и его участники. Роль обратной связи. Сущность и структура деловых коммуникаций. Факторы их эффективности. Стратегии интегрирования внешних коммуникаций. Коммуникативные каналы. Линейные и нелинейные модели коммуникации. Социологические и психологические модели коммуникации. Коммуникация и общение как ключевые категории теории коммуникации. Факторы, обуславливающие речевое поведение и взаимопонимание коммуникантов: коммуникативная компетентность, социальная ситуация, социальные роли, коммуникативный контекст, этнокультурные особенности, коммуникативная установки. Виды деловой коммуникации. Понятие «речевой этикет»: характер разговора, тон разговора. Правила речевого этикета: «ты» и «вы»; обращение к незнакомому человеку; обращение к сослуживцам. Деловой протокол. Функции, коммуникативные аспекты публичных речей. Реклама как вид коммуникации. Ведение деловых переговоров, принципы, нормы, ситуативные особенности. Искусство межличностного общения. Этические основы деловых коммуникаций. Подготовка и проведение презентаций и выставок. пресс-конференций и брифингов. Служебное общение. Правила служебных взаимоотношений. Психологический климат в трудовом коллективе. Проблемы межкультурной коммуникации. Зарубежные партнеры как коммуникаторы. Новые черты коммуникации в информационном обществе. Управление информационными потоками. Электронная коммуникация. Принципы организации Интернет-порталов. Маркетинговые коммуникации: состав, выбор, организация, оценка эффективности. Понятие о коммуникационных барьерах. Сущность, особенности, причины и условия возникновения технических, межъязыковых, социальных, психологических барьеров в коммуникационных процессах.