


3

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«УФИМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АВИАЦИОННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ»

Кафедра Управления в социальных и экономических системах

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебной работе

Н.Г. Зарипов
(подпись, расшифровка подписи)
« 2 » 09 2015 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
«УПРАВЛЕНИЕ КОММУНИКАТИВНЫМИ ПРОЦЕССАМИ В БИЗНЕС-СРЕДЕ»

Уровень подготовки
магистратура

Направление подготовки
38.04.03 Управление персоналом
(код и наименование направления подготовки)

Направленность подготовки (профиль)
Управление человеческими ресурсами и социальными процессами
(наименование профиля подготовки)

Квалификация (степень) выпускника
Магистр

Форма обучения
очная

Уфа 2015

ЛИСТ
согласования рабочей программы

Направление подготовки: 38.04.03 Управление персоналом
код и наименование

Наименование магистерской программы: Управление человеческими ресурсами и социальными процессами

Дисциплина: «Управление коммуникативными процессами в бизнес-среде»


Форма обучения: очная
очная, очно-заочная, заочная

Учебный год 2015/2016

РЕКОМЕНДОВАНА заседанием кафедры
Управления в социальных и экономических системах
наименование кафедры

протокол № 11 от «9» 06 2015 г.

Заведующий кафедрой
УС и ЭС
наименование кафедры  Д.А. Гайнанов
подпись расшифровка подписи дата

Исполнитель
Доцент каф. УС и ЭС
должность  И.В. Галимзянов
подпись расшифровка подписи дата

Рабочая программа зарегистрирована в ООПМА и внесена в электронную базу данных.

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий кафедрой ¹
УС и ЭС  Гайнанов Д.А. 12.06.2015
наименование кафедры личная подпись расшифровка подписи дата

Председатель НМС по УГСН 38.00.00 – «Экономика»

протокол № 2 от «15» 06 2015 г.

 И.В. Дегтярева
личная подпись расшифровка подписи

Библиотека  Т.В. Д. Сеlezneva 12.06.2015
личная подпись расшифровка подписи дата

Декан факультета (директор института) ИНЭК  И.В. Дегтярева
наименование факультета (института) личная подпись расшифровка подписи дата

Научный руководитель магистерской программы  И.А. Бикнин
личная подпись расшифровка подписи дата

Начальник  И.А. Лакман 25.06.2015
личная подпись расшифровка подписи дата

¹ Согласование осуществляется с выпускающими кафедрами (для рабочих программ, подготовленных на кафедрах, обеспечивающих подготовку для других направлений и специальностей)

Содержание

1 Место дисциплины в структуре образовательной программы	3
2 Перечень результатов обучения	5
3 Содержание и структура дисциплины (модуля)	6
4 Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы	10
5 Фонд оценочных средств	14
6 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)	27
7 Образовательные технологии	29
8 Методические указания по освоению дисциплины	29
9 Материально-техническое обеспечение дисциплины	30
10 Адаптация рабочей программы для лиц с ОВЗ	30
Лист согласования рабочей программы дисциплины	31
Дополнения и изменения в рабочей программе дисциплины	31

1 Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Управление коммуникативными процессами в бизнес-среде» включена в раздел Б1.В.ДВ.2 профессионального цикла дисциплин и относится к вариативной части дисциплин по выбору.

Рабочая программа составлена с учетом Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.04.03 Управление персоналом, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от «8» апреля 2015 г. № 367.

Целью освоения дисциплины усвоение магистрантами научных основ управления коммуникативными процессами на межличностном, внутриорганизационном, социальном уровнях, овладение системой коммуникативных технологий, их эффективное использование в процессе профессиональной деятельности.

Задачи:

- формирование системного представления студентов о коммуникативных технологиях, в т.ч. инновационных технологиях в работе с повышением коммуникативного ресурса как отдельного человека, так и организации в целом, развить творческий потенциал студентов и возможности управления коммуникативными процессами в малых и больших группах.

- развитие навыков самообразования, умений проектировать коммуникативные стратегии и грамотно принимать коммуникативные техники.

Входные компетенции:

№	Компетенция	Код	Уровень освоения, определяемый этапом формирования компетенции*	Название дисциплины (модуля), сформировавшего данную компетенцию
1	владением методами и программными средствами обработки деловой информации, анализа деятельности и управления персоналом, способностью взаимодействовать со службами информационных технологий и эффективно использовать корпоративные системы	ОПК-10	Б	Интерактивные и модульные технологии в управлении персоналом
6	владением принципами, форм и методов диагностики организационного развития технологии проведения диагностики и мониторинга состояния развития организации, ее кадрового потенциала и умением использовать их в своей профессиональной деятельности	ПК-12	Б	Интерактивные и модульные технологии в управлении персоналом
7	знанием методов и владением навыками оценки эффективности, действующей	ПК-13	Б	Современные методы оценки эффективности управления персоналом

	в организации системы найма и адаптации персонала			
8	знанием и умением применять на практике методы оценки эффективности системы обучения и развития персонала и ее вклада в достижение целей в организации	ПК-14	Б	Современные методы оценки эффективности управления персоналом
10	владением навыками анализа морально-психологического климата и состояния организационной культуры	ПК-16	Б	Социально - психологические аспекты управленческой деятельности

*- **пороговый уровень** дает общее представление о виде деятельности, основных закономерностях функционирования объектов профессиональной деятельности, методов и алгоритмов решения практических задач;

- **базовый уровень** позволяет решать типовые задачи, принимать профессиональные и управленческие решения по известным алгоритмам, правилам и методикам;
- **повышенный уровень** предполагает готовность решать практические задачи повышенной сложности, нетиповые задачи, принимать профессиональные и управленческие решения в условиях неполной определенности, при недостаточном документальном, нормативном и методическом обеспечении.

На пороговом уровне ряд компетенций был сформирован за счет обучения на предыдущих уровнях высшего образования (специалитет, бакалавриат).

Исходящие компетенции:

№	Компетенция	Код	Уровень освоения, определяемый этапом формирования компетенции*	Название дисциплины (модуля), для которой данная компетенция является входной
1	способностью создавать команды профессионалов и эффективно работать в командах, отстаивать свою позицию, убеждать, находить компромиссные и альтернативные решения	ОПК-5	Б	Современные методы оценки эффективности управления персоналом
				Преддипломная практика
				Современные методы оценки эффективности управления персоналом
2	умением проводить совещания: выбирать тему, формировать регламент, анализировать проблемное поле, информировать других, принимать совместные решения	ПК-25	Б	Современные методы оценки эффективности управления персоналом
				Преддипломная практика
				Технология управления развитием персонала

2 Перечень результатов обучения

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций:

а) общепрофессиональных (ОПК):

способностью создавать команды профессионалов и эффективно работать в командах, отстаивать свою позицию, убеждать, находить компромиссные и альтернативные решения (ОПК-5)

б) профессиональных (ПК):

умением проводить совещания: выбирать тему, формировать регламент, анализировать проблемное поле, информировать других, принимать совместные решения (ПК-25)

Планируемые результаты обучения по дисциплине «Управление коммуникативными процессами в бизнес-среде»:

№	Формируемые компетенции	Код	Знать	Уметь	Владеть
1	способностью создавать команды профессионалов и эффективно работать в командах, отстаивать свою позицию, убеждать, находить компромиссные и альтернативные решения	ОПК-5	<ul style="list-style-type: none"> • основные понятия коммуникативного менеджмента; • коммуникативные барьеры и способы их преодоления; • особенности средств коммуникации; • тенденции и особенности развития мирового коммуникационного пространства в рамках эволюции системы международных отношений 	<ul style="list-style-type: none"> • управлять коммуникативным и процессами на межличностном уровне; • реализовать коммуникативные стратегии; • использовать коммуникативные техники 	<ul style="list-style-type: none"> • работой с различными информационными источниками; • самооценкой уровня коммуникативных умений
2	умением проводить совещания: выбирать тему, формировать регламент, анализировать проблемное поле, информировать других, принимать совместные решения	ПК-25	<ul style="list-style-type: none"> • основы межкультурных отношений в менеджменте, способностью эффективно выполнять свои функции в межкультурной среде; • роли и значение информации и информационных технологий в развитии современного общества и экономических знаний; 	<ul style="list-style-type: none"> • умение логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь; • готовность к кооперации с коллегами, работе в коллективе; • умение использовать в практической деятельности организаций информацию, полученную в результате маркетинговых исследований и сравнительного анализа лучших 	<ul style="list-style-type: none"> • методами и программными средствами обработки деловой информации

Содержание разделов и формы текущего контроля

№	Наименование и содержание раздела	Количество часов						Литература, рекомендуемая студентам	Виды интерактивных образовательных технологий
		Аудиторная работа				СРС	Всего		
		Л	ПЗ	ЛР	КСР				
1.	<p>Тема 1. Теория коммуникации как наука. Коммуникация и информация, социально-значимая информация, средства коммуникации, цель коммуникации, каналы связи, коммуникативный акт/действие, знак, знаковая система, смысл, дискурс, значение, коммуникативная личность, коммуникатор, адресант, адресат, реципиент, сообщение, коммуникативная /языковая компетентность, коммуникативная / речевая деятельность, коммуникационный менеджмент и аудит, коммуникативный консалтинг, социально-коммуникативные технологии, медиатор, управление коммуникациями, коммуникационная роль, информационный обмен, коммуникативное пространство, public relations.</p>	0,5	4	–	-	15	19,5	Р.6.1б №1 Гл. 1; Р.6.2 №1 Гл. 1	<p>Проблемная лекция, лекция-визуализация, стимулирующая творчество, осуществляемая с подготовленной аудиторией (0,5 часа). Диалоговое обучение, в ходе которого осуществляется взаимодействие преподавателя и обучаемого (2,5 часа).</p>
2.	<p>Тема 2. Исторические вехи развития технических средств коммуникаций. Технические средства коммуникации, институт коммуникации, технологический прогресс, информационное общество, СМИ, информационная безопасность, интерактивное общение, рунет, интернет, аксиальный (осевой) и ретиальный (сетевой) коммуникативные процессы.</p>		2	–	0,5	15	17,5	Р.6.1а №1 и №2; Р.6.1б №1 Гл. 1; Р.6.2 №1 Гл. 1	<p>Проблемная лекция, лекция-визуализация, стимулирующая творчество, осуществляемая с подготовленной аудиторией (0,5 часа). Диалоговое обучение, в ходе которого осуществляется взаимодействие преподавателя и обучаемого (1,5 часа).</p>

3.	Тема 3. Коммуникация как процесс. Процесс коммуникации, система коммуникации, структура коммуникации, коммуникативный акт/действие, барьер, канал информации, обратная связь, кодирование, декодирование, механические и семантические шумы, фильтрация и фасцинация в коммуникации, эффективность коммуникативного процесса.	0,5	4	–	0,5	15	20	Р.6.1а №1 и №2; Р.6.1б №1 Гл. 1; Р.6.2 №1 Гл. 2	Проблемная лекция, лекция-визуализация, стимулирующая творчество, осуществляемая с подготовленной аудиторией (2 часа). Диалоговое обучение, в ходе которого осуществляется взаимодействие преподавателя и обучаемого (1,5 часа).
4.	Тема 4. Основные модели коммуникации Субъектно-субъектные и субъектно-объектные коммуникации, методы, техники, стратегия, речевая тактика, убеждение, манипуляция, идеология, пропаганда, интеракция, транзакция.	0,5	4	–	0,5	15	20	Р.6.1а №1 и №2; Р.6.1б №1 Гл. 1; Р.6.2 №1 Гл. 2	Проблемная лекция, лекция-визуализация, стимулирующая творчество, осуществляемая с подготовленной аудиторией (1 час). Диалоговое обучение, в ходе которого осуществляется взаимодействие преподавателя и обучаемого (0,5 часа).
5	Тема 5. Вербальные и невербальные коммуникации. Вербальные средства коммуникации, речь, язык, языковая личность, невербальные средства, экстралингвистика, кинесика, такесика, мимика.		2	–	–	15	17	Р.6.1б №1 Гл. 1; Р.6.2 №1 Гл. 3, 4	Работа в команде – совместная деятельность студентов в группе под руководством лидера, направленная на решение общей задачи путем творческого сложения результатов индивидуальной работы членов команды (6 часов).
6	Тема 6. Коммуникации в разных сферах общества. Вербальные средства, речь, язык, языковая личность, невербальные средства, экстралингвистика, кинесика, такесика, мимика.	0,5	2	–	0,5	15	18	Р.6.1б №1 Гл. 2; Р.6.2 №1 Гл. 5	Проблемная лекция, лекция-визуализация, стимулирующая творчество, осуществляемая с подготовленной аудиторией (0,5 часа). Диалоговое обучение, в ходе которого осуществляется

									взаимодействие преподавателя и обучаемого (1,5 часа).
7	Тема 7. Международные коммуникации. Интерлингвистика, языки межнационального общения международная информация, информационная безопасность, информационная война, информационная угроза, принудительная дипломатия, многополярная межкультурная коммуникация, мировое коммуникационное пространство, национальный характер, менталитет, фреймы как способы познания разных культур.		2	–	-	17	19	Р.6.16 №1 Гл. 2; Р.6.2 №1 Гл. 5	Проблемная лекция, лекция-визуализация, стимулирующая творчество, осуществляемая с подготовленной аудиторией (0,5 часа). Диалоговое обучение, в ходе которого осуществляется взаимодействие преподавателя и обучаемого (1,5 часа).
Итого		4	20	–	4	107	135	–	

Занятия, проводимые в интерактивной форме, составляют 100 % от общего количества аудиторных часов по дисциплине Управление коммуникативными процессами в бизнес-среде.

Практические занятия (семинары)

№ занятия	№ раздела	Тема	Кол-во часов
1,2	1	Тема 1. Теория коммуникации как наука.	4
3	2	Тема 2. Исторические вехи развития технических средств коммуникаций.	2
4,5	3	Тема 3. Коммуникация как процесс.	4
6,7	4	Тема 4. Основные модели коммуникации	4
8	5	Тема 5. Вербальные и невербальные коммуникации.	2
9	6	Тема 6. Коммуникации в разных сферах общества.	2
10	7	Тема 7. Преодоление барьеров в коммуникациях	2

4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов (СРС)

Тема 1. Теория коммуникации как наука.

Вопросы для самостоятельного изучения:

1. обыденное и научное понимание коммуникации;
2. базовые традиции в понимании категории коммуникации (риторическая, семиотическая, феноменологическая, кибернетическая, социальнопсихологическая, социокультурная, критическая);
3. виды коммуникации (разговор, беседа, деловая беседа; «мозговой штурм», «круглый стол», командная деловая игра; спор, полемика, дискуссия, дебаты, прения, диспут);
4. основные формы коммуникации: диалог, дискуссия, беседа, переговоры, пресс-конференция, брифинг, презентация, прием по личным вопросам;
5. функции коммуникации: гносеологическая, информативная, экспрессивная, воспитательная, эстетическая и этическая, идеологическая;
6. основные уровни коммуникации: внутренние, двусторонние, групповые, массовые; уровни коммуникации - деловой уровень, уровень выражения, уровень апелляции и уровень отношений;
7. структура коммуникации (отправитель/получатель, собственная ситуация, компетентность, намерения, оценка);
8. основные направления исследования коммуникации в зарубежных школах (бихевиоризм, символический интеракционизм, феноменологическое направление, структурный функционализм, постмодернизм);
9. теории коммуникаций в исторической и современной научной парадигме (кибернетические теории и информационно-процессные теории коммуникации, семиотические теории, интеракционистские теории коммуникации, критические теории коммуникации; теория массовой коммуникации);
10. соотношение философии, психологии, лингвистики и теории коммуникации;
11. методы анализа информации и коммуникации;
12. индивидуальное и институциональное в коммуникаторе; престижность, надежность, доверительность как фактор общения с конкретным коммуникатором; типы коммуникаторов: ключевой коммуникатор, лидер мнений;
13. коммуникатор как профессию: менеджер по связям с общественностью, имиджмейкер, новая позиция в коммуникации - медиатор, модератор, редактор, фасилитатор;
14. технологии формирования информационного пространства; теорию коммуникационного цикла (работа с событием как результатом действия; работа с информацией о событии; работа со знанием информации о событии; работа с решением действовать; работа с

действием).

Тема 2. Исторические вехи развития технических средств коммуникаций.

Вопросы для самостоятельного изучения:

1. технические средства, обеспечивающие коммуникацию - это средства массовой информации (СМИ), средства массового воздействия и собственно технические средства, к СМИ относятся периодическая печать (пресса), радио и телевидение, к средствам массового воздействия относятся кино, театр, цирк, все зрелищные представления и художественная литература;
2. исторические этапы развития коммуникации и основные достижения научно-технического прогресса, повлиявших на коммуникации в обществе (Историческая последовательность, в которой появились СМИ, наложила отпечаток на их специфические характеристики. Европейская пресса ведет отсчет времени лишь с XVII в., когда впервые появилась коммерческая газета, а появление массовой газеты в США относится к 1833г. Радио как средство массовой информации имеет 75-летнюю историю, телевидение - 50-летнюю);
3. идеи теоретиков информационного общества об электронном коттедже, мировой деревне, глобальное общение индивидов;
4. изменение структуры современных СМИ;
5. библиотеку как институт коммуникации, перспективы развития информационных хранилищ, изменение отношения к чтению, современные типы чтения;
6. современные информационные системы, поиск информации, позитивные и негативные последствия автоматизации информационных процессов;
7. СМИ как институт коммуникации, эволюция этого института в XIX
8. XX веке, мировые информационные агентства, создание интерактивной коммуникационной среды в СМИ;
9. понятия «СМИ» и «медиа», понятия «медиапродукт», «медианоситель», «медиаканал», жизненный цикл медиапродукта;
10. рекламу как институт коммуникации, структуру рекламного агентства, заказчиков и производителей рекламной информации, потребителей рекламной информации;
11. глобальное интерактивное общение, создание мировых информационных сетей, принципы организации общения в мировой компьютерной сети, типичные потребители информации в сетях, рунет, Интернет;
12. особенности современной социокультурной ситуации в связи с изменением технических средств коммуникации; «исчезновение детства» (Н.Постман) как следствие развития коммуникации;
13. общение средствами ИКТ: сетевой этикет, общение в социальных сетях; особенности общения: анонимность, «карнавальность»;
14. высокотехнологичные коммуникационные сети и каналы передачи информации (электронная почта, телекоммуникации, Интернет, видео- и RSS трансляции в Интернете, ICQ, SMS, MMS, чаты, веб-форумы, списки рассылки, видео- и телеконференции, социальные сети, TV, радио, системы управления социальными группами, ведомственные информационные сети и системы оповещения);
15. понятие коммуникации в интернете; интернет и веб в структуре интернет-коммуникации; интернет как новейший канал и среда социальной и бизнес-коммуникации, техническая эволюция веб и формирование его актуальных характеристик;
16. Интернет и Рунет: характеристики, особенности, тенденции развития; измерения и исследования интернета и Рунета, государственная политика в сфере интернета;
17. характеристики интернет-коммуникации. (виртуальность как условие реализации коммуникации в интернете, виртуальная реальность и искусственная реальность в интернете, 3D миры, виртуальная реальность в интернете и новые практики социальной коммуникации; гипертекст как новая форма фиксации институциональной информации и как средство создания комплицированности);
18. интерактивность как определяющая коммуникационная характеристика Сети,

амбивалентность интернет-коммуникации;

19. Интернет в XXI веке: технологические и коммуникационные трансформации; характеристики новейших интераций интернет-коммуникации; усиление роли среды как субъекта социальной коммуникации; эволюция технологий и революция коммуникации.

Тема 3. Коммуникация как процесс.

Вопросы для самостоятельного изучения:

1. теоретические модели процесса коммуникации: лингвистическая (Р. Якобсона), герменевтическая (Г. Шпет), фольклорная (В. Пропп), семиотическая (Ю. Лотман, У.Эко), культурологическая (М. Бахтин), прагматическая (Ч. Моррис), психоаналитическая (З. Фрейд, Ж. Лакан), архетипическая (Г. Юнг), мифологическая (Р. Барт), социологическая (П. Бурдьё), прагматическая (п. Грейс), философская (М. Фуко), игровая (И. Хейзинг), антропологическая (К. Леви-Стросс, М. Мосс), вещественная (Ж. Бодрийяр), деконструктивная (Ж. Деррида), постструктуралистическая (Ж. Делез).
2. прикладные модели процесса коммуникации: модель Г. Лассуэлла, математическая (К. Шенон и У. Уивер), социально-психологическая (Т. Ньюкомба), циркулярная модель (У. Шрамм и Ч. Осгуда), двуканальная модель (В.П. Морозова), модель двуступенчатой коммуникации (П. Лазарсфельд, Б. Берельсон, Г. Годэ), модель «ИСКП» (SMCR) (Д. Берло).
3. представителей процессно-информационного подхода к коммуникации - Р. Лассвелла, Дж. Гербнера, Т. Ньюкомба, Б. Вестли и М. Маклина;
4. сравнение процессно-информационного подхода и семиотического подхода к пониманию коммуникации;
5. коммуникативный процесс и его составляющие: производство информации, ее распространение, прием и использование;
6. классическую модель процесса коммуникации Г. Лассуэлла: коммуникатор - сообщение - канал передачи - коммуникант- обратная связь;
7. коммуникативный процесс: производство информации, мультипликация, распространение, прием, использование информации;
8. основные модели коммуникационного процесса, используемые в деятельности специалистов по связям с общественностью;
9. коммуникативный акт и его составные элементы: адресант (коммуникатор), адресат (аудитория), сообщение (информация), код, канал, ситуация, реакция (эффективность);
10. структуру «коммуникативного акта» (Лассуэлл, Якобсон);
11. коммуникацию как процесс обмена информацией;
12. каналы передачи информации;
13. коммуникативные сети и их разновидности.
14. участников коммуникативного акта;
15. типы коммуникации в зависимости от структуры коммуникативного акта,
16. типы барьеров коммуникации: технические, физиологические, психологические, социальные, культурно-национальные;
17. понятие коммуникативной неудачи, типологии коммуникативных неудач.

Тема 4. Основные модели коммуникации

Вопросы для самостоятельного изучения:

1. транзактный анализ;
2. методы воздействия на партнера, завоевания симпатии, формулы логического убеждения, смягчения конфликтных ситуаций и выхода из них (уступка, компромисс, сотрудничество, прямое жесткое требование);
3. понятие психологического воздействия; понимание как психологическая основа убеждения; условия, повышающие эффективность понимания;
4. убеждение как психологическое воздействие, психологические методы убеждения;
5. технику аргументации, риторические методы: противоречия, сравнения, «бумеранга», видимой поддержки, риторические выразительные средства (наглядные, эстетические,

- коммуникативные);
6. речевые тактики, направленные на привлечение внимания собеседника;
 7. речевые тактики, направленные на положительную самопрезентацию;
 8. речевые тактики, направленные на преодоление сдержанности и предвзятости партнёра;
 9. речевые тактики, имеющие целью добиться согласия, утвердительного ответа;
 10. факторы, влияющие на эффективность речевых тактик;
 11. проблему логико-психологической организации сообщения; кульминационный, антикульминационный и пирамидальный порядок;
 12. построение аргументации сообщения; модель в рамках Гарвардского проекта по переговорам;
 13. коммуникативные средства и технологии: аргументация, демонстрация и доказательство; разъяснение и сравнительный анализ; факты, цифры и примеры, показывающие преимущества; опора на эмоциональный настрой партнера и включение его кинестетического канала с помощью вербальных и невербальных ключей доступа; учет контраргументов партнера; психологические приемы присоединения, формирование аттракции, создание атмосферы доверия;
 14. влияние эмоций на коммуникативный процесс: организующая функция эмоций, основные виды эмоций, социальные эмоции: их виды, влияние значимых других на чувства и эмоции, способы управления эмоциями и чувствами: конструктивная открытость, осознание эмоций, язык эмоций, управление чувствами и эмоциями в социальном взаимодействии, понимание эмоционального состояния партнера, эмпатия как механизм восприятия;
 15. индивидуальные стили коммуникативного процесса: ритуальное, манипулятивное, гуманистическое, основные стратегии воздействия на человека;
 16. понятие «манипуляция», использование манипулятивных технологий в коммуникативном процессе, ролевые и манипулятивные классификации, этическая составляющая манипулятивной коммуникации, средства и механизмы манипулятивного воздействия, распознавание манипуляции и защита от нее.

Тема 5. Вербальные и невербальные коммуникации.

Вопросы для самостоятельного изучения:

1. различия вербального и невербального общения;
2. вербальные средства коммуникации: речь, околоречевые (паралингвистическая и экстралингвистическая системы); структура речевого общения: значение и смысл слов; околоречевые средства (паралингвистическая система): темп речи, модуляция высоты голоса, тональность голоса, ритм речи, тембр речи, интонация, дикция; экстралингвистическая система (речевые звуковые явления);
3. невербальную коммуникацию, исследования места и роли невербальной коммуникации в общении (Е.А.Петрова. Знаки общения); оптикокинестическую коммуникацию, ее особенности (Исследования М.Аргайла); пространственно-временную организацию коммуникации; проксемику о роли пространственно-временной организации коммуникативного процесса; роль предметно-контактных, тактильных действий для коммуникации; роль ольфакторных средств в коммуникативном процессе;
4. лингвистический (языковой) уровень коммуникации, вербальная основа языкового уровня коммуникации, понимание речевых актов и их типология, высказывание и дискурс как коммуникативные единицы;
5. высказывание и дискурс как единицы вербальной коммуникации, типы дискурсов;
6. тематическое поле, языковой код, регистр (тональность) и способ (канал) коммуникации - важнейшие структурные компоненты дискурса;
7. различные подходы к моделированию дискурса: ментальная модель (Ф. Джонсон-Лэрд), модель фреймов (М. Минский. Ч. Филлмор), модель сценариев (Р. Шенк, Р. Абелсон), модель ситуаций (Т. А. ван Дейк);

8. семиотические характеристики слова как основной единицы языка, семантическая структура слова;
9. виды речевой деятельности: говорение, слушание, письмо, чтение;
10. метод организации текста, виды речей, правила риторической композиции;
11. публичную речь как основную вербальную коммуникацию, построения публичного выступления;
12. стили речи: «функциональный стиль речи», научный стиль, официально-деловой стиль, газетно-публицистический стиль, разговорнообиходный стиль;
13. природу невербальной коммуникации, типология коммуникативных единиц невербальной коммуникации, социальная дифференциация и варьирование, соотношение сознательного и бессознательного в невербальной коммуникации, функции невербальных средств коммуникации;
14. формы невербальной коммуникации: кинетика (язык тела); проксемика (пространство, дистанция); позы, манера держаться; мимика; жесты; контакт взглядов; паралингвистика (громкая—тихая речь; быстрая— медленная речь; многословие—лаконичность—молчание), физиогномика;
15. виды невербальных коммуникативных средств: фонационные, кинесические и графические, их функции;
16. паралингвистический (невербальный) уровень организации коммуникации;
17. типологию кинесических средств и их роль в речевом поведении, классификации жестов по А. Штанглю, А. Пизу, Е.А Петровской и др.;
18. проблему интерпретации невербального поведения;
19. обоснование понятия «языковая личность» в социологическом аспекте (Ж. Пиаже, Л. Колберг, Т. Парсонс, Ч. Кули, Дж. Мид, Ю.А. Сорокин);
20. структуру «языковой личности»: вербально-семантические, когнитивные и прагматические характеристики языковой личности в модели Ю.Н. Караулова;
21. социальные характеристики коммуникантов;
22. коммуникативную личность и параметры ее моделирования;
23. личностные черты общительность, коммуникативность, контактность, адаптивность, коммуникативная совместимость; влияние темперамента на стиль общения; направленность личности и стиль общения; комплекс коммуникативных знаний и навыков;
24. характеристики личности коммуникатора и их воздействие на процесс коммуникации; «трёхкомпонентный анализ личности коммуникатора» Кельмана: интернализация, идентификация, внешнее подчинение, факторы отношения аудитории к коммуникатору: безопасность, квалификация, динамизм, облик коммуникатора и слагаемые;
25. металингвистический (метаязыковой) уровень организации коммуникации, понятие «метаязыка», основная функция метаязыкового уровня.

Тема 6. Коммуникации в разных сферах общества

Вопросы для самостоятельного изучения:

1. понятие межличностной коммуникации; аксиомы межличностной коммуникации по П. Вацлавик; ситуационные и психологические предпосылки межличностной коммуникации;
2. коммуникативные стили: по типу жизненных установок, по паттернам коммуникации (В.Сатир), «окно Джохари» и стиль коммуникации; продуктивный стиль межличностного взаимодействия;
3. структуру и динамику коммуникации в малых группах (типы малых групп, семья и организация, коммерческие и некоммерческие организации, досуговые группы (объединения по интересам); прагматика коммуникации в малых группах;
4. особенности циркуляции информации в малых группах, обмен информацией между малыми группами, внешняя и внутренняя среда меж- группового общения, «лидеры мнений» и положение групп в информационном пространстве;

5. коммуникативную структуру малой группы, лексику и грамматику коммуникации в малой группе, формирование групповой сплоченности и коммуникации в малой группе;
6. межгрупповую коммуникацию, массовую коммуникацию как социальное явление и процесс, глобализацию пространства общения и трансформацию основных характеристик текста (низкий порог вхождения, мозаичность композиции и т.д.);
7. понятия массовой коммуникации: структура и функции массовой коммуникации, коммуникаторы, массовая информация, средства передачи массовой информации (каналы), массовая аудитория, реакция аудитории, эффективность массовой коммуникации, мера эффективности;
8. моделирование массовой коммуникации, особенности структурных элементов массовой коммуникации, социально-психологические, информационные и коммуникативные факторы, способствующие воздействию массовой коммуникации;
9. основные виды текстов массовой коммуникации: новости и реклама, средства массового информирования и каналы массовой коммуникации;
10. различные подходы к описанию функций массовой коммуникации (В. Парето, К. Мангейм, Т. Парсонс, Р.К. Мертон, С. Холл, Т. Адорно, М. Маклюэн и др.), теории массовой коммуникации в отечественных и зарубежных исследованиях;
11. методы анализа массовой коммуникации: контент-анализ, пропагандистский анализ, анализ слухов;
12. кризисные и конфликтные коммуникации; особенности кризисной коммуникации, коммуникационные кризисы и пути их разрешения; вид, структура, стадии коммуникационного кризиса; предпосылки возникновения кризиса коммуникации; механизмы коммуникативного воздействия в условиях кризиса.
13. этические и правовые основы управленческих коммуникаций;
14. стратегические, интегрированные, маркетинговые коммуникации;
15. организационные условия деловых коммуникаций, коммуникационная политика организации, корпоративная идентичность;
16. особенности коммуникационного менеджмента в коммерческих и некоммерческих организациях;
17. типы коммуникационного обслуживания бизнеса: коммуникация отдельно от бизнеса (виды и примеры); зеркальные коммуникации;
18. основные принципы современной коммуникационной политики; опережающие интегрированные коммуникации; возникновение «паблик рилейшнз» (управления общественными связями и отношениями) как попытка оптимизации коммуникативной среды организации;
19. ПР как институт управления коммуникативными процессами, правовые и этические основы деятельности ПР-служб, информационноаналитическое обеспечение и планирование деятельности ПР-служб, структура ПР-агентства и ПР-отдела в организации, требования к персоналу ПР-служб;
20. понятие корпоративной культуры, методы формирования имиджа организации и ее лидера, работа пресс-центров и пресс-служб, публичные акции ПР, технологии ПР в конфликтной ситуации, технологии ПР в переговорном процессе;
21. различные способы коммуникаций в организации:

вертикальные — нисходящие и восходящие коммуникаций (от руководителя к подчиненным — в виде распоряжений, приказов и от подчиненного к руководителю — в виде отчетов, объяснительных записок, заявлений);

горизонтальные (обмен информацией между сослуживцами и отделами);

межуровневые (например, получая приказы из Министерства образования и науки РФ, ректорат, департамент по организации учебной работы перерабатывают их и преобразуют в конкретные планы деятельности и затем передают для исполнения в институты и деканаты);

формальные (обезличенная информация, передаваемая по особым стандартам и

правилам в виде различных организационно-распорядительных документов, писем и сообщений);

неформальные коммуникации (в виде слухов, сплетен, интриг или совместных вечеринок, выездов на отдых и т.д.);

22. основные направления внешнего и внутреннего коммуникационного менеджмента органов исполнительной и законодательной власти. Внешние контакты органов власти по функциям организации, по взаимодействию в рамках текущих государственных задач, по обращениям сторонних организаций и граждан;
23. использование информационных технологий для обеспечения свободного доступа граждан к информации органов государственной власти и местного самоуправления; понятие «киберполитика», «цифровая (диги- тальная, электронная, кибер-) демократия»;
24. государственные информационно-управленческие системы класса «электронное государство» (e-government, eGov) и их составляющие («электронное правительство», «электронный парламент», «электронное правосудие»);
25. информационные технологии в государственном управлении (e- Government); основные теории массовых коммуникаций: нормативная, авторитарная, либертарианская, теория социальной ответственности, теория демократического участия;
26. понятие эффективность массовой коммуникации; основные этапы исследования эффектов; факторы эффективности.

Тема 7. Международные коммуникации.

Вопросы для самостоятельного изучения:

1. антропологический, культурологический, социально психологический, этнологический подходы к изучению межкультурного взаимодействия.
2. международную коммуникацию, рассматривающую различные аспекты отношений посредством обмена информацией между национальными, этническими, культурными или по-другому идентифицируемыми группами или сообществами, как на межгосударственном, так и на внутригосударственном уровнях.
3. понятие «культуры», культуру как аксиологическую систему, трудности постижения системы стереотипов иной культуры, межэтнические конфликты, категорию «толерантности», перспективы налаживания меж- культурного общения;
4. уровни взаимодействия культур: этнический, национальный, цивилизационный уровень (Б.С. Ерасов);
5. любой факт и процесс межкультурной коммуникации (характеристика по уровню/глубине проникновения коммуникантов в контактирующие культуры: культурное взаимоприятие); культурное взаимопонимание; культурное «взаимоединение» (С.К. Милославская);
6. параметры межкультурных различий: теории Хофстеде (индивидуализм-коллективизм, дистанция власти, степень избегания неопределенности, фемининность -мускулинность);
7. теорию Холла: высоко- и низкоконтекстные культуры;
8. консолидацию информационных потоков, формирование государственной идеологии, патриотизм, информационные войны в обществе;
9. особенности речи, обращённой к международной аудитории;
10. языковую компетенцию, включающую способность к чтению и восприятию специализированных текстов на иностранных языках в режиме реального времени; способность к восприятию и документированию мультимедийной информации на иностранных языках в режиме реального времени; способность к последовательному и синхронному переводу; способность к лингвострановедческому анализу; навыки устной и письменной презентации на иностранных языках; способность к проведению научного исследования на иностранных языках; навыки устного выступления на иностранных языках, включая выступления на государственном уровне и др.;
11. роль специалистов по связям с общественностью (помощь работодателям справляться с потоками информации и переменами и преобразовывать страх перемен

- в продуктивные возможности, вносящие положительный вклад в развитие общества и личности на глобальном и местном уровнях);
12. классификацию культур: моноактивные, полиактивные и реактивные (слушающие); культуры ориентированные на безличную информацию, ориентированные на диалог и слушающие культуры;
 13. два вида обмена информацией - обмен технологической информацией и обмен социокультурной информацией;
 14. схема А: идет максимум обмена прикладной информации и минимум социокультурной (страны Азии),
 15. схема Б: максимально воспринимается социокультурная информация, но сведена до минимума прикладная информация (страны СНГ) (А. Панарин);
 16. субъекты деятельности в информационном пространстве общества, реализующим государственную (внутреннюю и внешнюю) информационную политику, относятся: органы государственной власти и управления; средства массовой информации и массовой коммуникации (СМИ и МК);
 17. факторы, влияющие на международные коммуникации: стереотипы, предрассудки, дискриминация;
 18. национальную деловую культуру, культуру ведения бизнеса, четыре группы параметров деловой культуры: отношение к времени, отношение к природе, межличностные отношения, типы корпоративных культур;
 19. смысловой контакт в межкультурной коммуникации; возможности возникновения «псевдокоммуникации» и «квазикоммуникации» в инокультурном контексте общения.

Задание ко всем темам курса:

Приведите перечень литературных источников и Интернет-ресурсов, необходимых для изучения данной темы. Результаты представьте в виде таблицы.

Перечень литературных источников и Интернет-ресурсов, необходимых для изучения данной темы

№ п/п	Тема: Наименования источников
1. Учебники и учебные пособия (в т.ч. 1 источника из библиотеки УГАТУ с шифром)	
1. 2. 3. 4. 5.	
2. Научные журналы и иные периодические издания (из списка ВАК, экономические журналы в названии конкретной статьи)	
1. 2. 3. 4. 5.	
3. Интернет ресурсы: сайты учебных порталов, базы данных аналитических центров и консалтинговых компаний, сайты государственных учреждений и т.п.	
1. 2. 3. 4. 5.	

5. Фонд оценочных средств

Оценка уровня освоения дисциплины «Управление коммуникативными процессами в бизнес-среде» осуществляется в виде текущего и промежуточного контроля успеваемости магистрантов университета, и на основе критериев оценки уровня освоения дисциплины.

Контроль представляет собой набор заданий и проводится в форме контрольных мероприятий по оцениванию фактических результатов обучения магистрантов и осуществляется ведущим преподавателем.

Объектами оценивания выступают:

- учебная дисциплина (активность на занятиях, своевременность выполнения различных видов заданий, посещаемость всех видов занятий по аттестуемой дисциплине и пр.);
- степень усвоения теоретических знаний;
- уровень овладения практическими умениями и навыками по всем видам учебной работы;
- результаты самостоятельной работы.

Активность магистранта на занятиях оценивается на основе выполненных работ и заданий, предусмотренных ФОС дисциплины.

Оценивание проводится преподавателем независимо от наличия или отсутствия магистранта (по уважительной или неуважительной причине) на занятии. Оценка носит комплексный характер и учитывает достижения обучающегося по основным компонентам учебного процесса за текущий период.

№ п/п	Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Код контролируемой компетенции (или ее части)	Уровень освоения, определяемый этапом формирования компетенции	Наименование оценочного средства*
1	Тема 1. Теория коммуникации как наука.	ОПК-5	<i>Базовый уровень</i>	Дискуссия, Эссе, Тест
2	Тема 2. Исторические вехи развития технических средств коммуникаций.	ПК-25	<i>Базовый уровень</i>	Дискуссия, ВЗПЗ, Эссе, Тест
3	Тема 3. Коммуникация как процесс.	ПК-25	<i>Базовый уровень</i>	Дискуссия, ВЗПЗ, Эссе, Тест
4	Тема 4. Основные модели коммуникации	ПК-25	<i>Базовый уровень</i>	Дискуссия, ВЗПЗ, Эссе, Тест

№ п/п	Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Код контролируемой компетенции (или ее части)	Уровень освоения, определяемый этапом формирования компетенции	Наименование оценочного средства*
5	Тема 5. Вербальные и невербальные коммуникации.	ОПК-5	<i>Базовый уровень</i>	Дискуссия, ВЗПЗ, Эссе, Тест
6	Тема 6. Коммуникации в разных сферах общества.	ПК-25	<i>Базовый уровень</i>	Дискуссия, ВЗПЗ, Тест
7	Тема 7. Международные коммуникации.	ПК-25	<i>Базовый уровень</i>	Дискуссия, ВЗПЗ, Тест

* Планируемые формы контроля: защита лабораторной работы (ЗЛР), выполнение заданий практических занятий (ВЗПЗ), курсовой работы (КР), расчетно-графической работы (РГР), домашнего задания (ДЗ) написание реферата (Р), эссе (Э), тестирование, ответы на вопросы (Т), кейс-анализ (КА) и т.д.

При реализации дисциплины «Управление коммуникативными процессами в бизнес-среде» используется балльно-рейтинговая оценка освоения компетенций

Виды учебной деятельности	Балл за конкретное задание	Число заданий	Баллы	
			Минимальный	Максимальный
Тема 1. Теория коммуникации как наука.				
Текущий контроль				
	Дополнения и выступления с места, участие в дискуссии		1	2
	Эссе		1	5
	Ответы на вопросы тестов		1	5
Тема 2. Исторические вехи развития технических средств коммуникаций.				
Текущий контроль				
Аудиторная работа	Дополнения и выступления с места, участие в дискуссии		1	2
	Эссе		1	5
	Выполнение задания практического занятия.		1	5
	Ответы на вопросы тестов		1	5
Тема 3. Коммуникация как процесс.				
Текущий контроль				
Аудиторная работа	Дополнения и выступления с места, участие в дискуссии		1	2
	Эссе		1	5
	Выполнение задания практического занятия.		1	5

	Ответы на вопросы тестов		1	5
Тема 4. Основные модели коммуникации				
Текущий контроль				
Аудиторная работа	Дополнения и выступления с места, участие в дискуссии		1	2
	Эссе		1	5
	Выполнение задания практического занятия.		1	5
	Ответы на вопросы тестов		1	5
Тема 5. Вербальные и невербальные коммуникации.				
Текущий контроль				
Аудиторная работа	Дополнения и выступления с места, участие в дискуссии		1	2
	Эссе		1	5
	Выполнение задания практического занятия.		1	5
	Ответы на вопросы тестов		1	5
Тема 6. Коммуникации в разных сферах общества.				
Текущий контроль				
Аудиторная работа	Дополнения и выступления с места, участие в дискуссии		1	2
	Выполнение задания практического занятия.		1	5
	Ответы на вопросы тестов		1	5
Тема 7. Международные коммуникации.				
Текущий контроль				
Аудиторная работа	Дополнения и выступления с места, участие в дискуссии		1	2
	Выполнение задания практического занятия.		1	5
	Ответы на вопросы тестов		1	5
Итоговый контроль				
Зачет	«зачтено»		73	100
	«не зачтено»		0	72

До сведения каждого магистранта в конце семестра по итогам посещения, выполнения заданий на практических и лабораторных занятиях и самостоятельной работы доводится информация о количестве набранных баллов при усвоении материала дисциплины «Управление коммуникативными процессами в бизнес-среде».

Критерии оценки зачета:

Непосредственная оценка магистранту выставляется в строгом соответствии с количеством баллов, которые он набрал в течение времени, отведенного на изучение дисциплины.

Оценка «зачтено» выставляется магистранту, если в течение времени, отведенного на изучение дисциплины студент он смог набрать необходимое для получения оценки «зачтено» количества баллов.

В случае если в течение времени, отведенного на изучение дисциплины магистрант не смог набрать необходимое для получения оценки «зачтено» количества баллов, ему предоставляется возможность на зачетном занятии по выбору преподавателя, либо ответить на вопросы комплекта контрольных тестов, либо на теоретические вопросы перечня контрольных вопросов по дисциплине.

Количество комплектов тестов или теоретических вопросов определяет преподаватель, исходя из количества баллов, которое необходимо набрать студенту для получения оценки «зачтено».

КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ЗАЧЕТА

дисциплины «Управление коммуникативными процессами в бизнес-среде».

1. Предметное поле «деловых коммуникаций». Междисциплинарные связи.
2. Развитие теорий массовой коммуникации и информации в XX веке.
3. Разновидности коммуникаций. Межличностные, специализированные и массовые коммуникации
4. Модели коммуникации: социологические, психологические, семиотические.
5. Информационное поле и конкуренция в рыночных условиях XXI века.
6. Специфика информационной среды деловых коммуникаций в условиях глобализации и регионализации.
7. Сущность массовой коммуникации.
8. Простейшие модели коммуникации Г.Лассуэла, К.Шеннона- У.Уивера, У. Шрамма и др.
9. Линейные и нелинейные модели коммуникации
10. Многоступенчатая модель коммуникации П. Лазарсфельда и Р. Мертона.
11. Принципы построения мозаичной, спиральной, диффузной моделей коммуникации.
12. Функциональные характеристики массовой коммуникации.
13. Составляющие коммуникативного процесса: производство, мультипликация, распространение, прием, распознавание и использование информации.
14. Прохождение деловой информации по элементам коммуникативной системы.
15. Основные барьеры в процессе передачи деловой информации.
16. Аргументация как коммуникативная процедура.
17. Производство, мультипликация, распространение маркетинговой информации.
18. Прием, распознавание, использование информации в деловых коммуникациях.
19. Выбор и обоснование каналов распространения маркетинговой информации.
20. Формализованные и неформализованные каналы деловых коммуникаций.
21. Основные коммуникативные роли в деловых сообществах.
22. Производство и потребление информации целевыми аудиториями.
23. Роль информатизации в управленческой деятельности и функционировании коммуникативных систем.
24. Обеспечение информационной безопасности в системе деловых коммуникаций.
25. Средства массовой информации как главная коммуникативная сеть.
26. Понятие эффективности коммуникации.
27. Коммуникации в экономической, производственной и коммерческой сфере.
28. Коммуникации в государственных и общественных структурах.
29. Коммуникация в кризисных и конфликтных ситуациях. Протестная коммуникация.
30. Корпоративная культура в организации, ее составляющие.
31. Значение корпоративной культуры в процессах управления деловыми коммуникациями в организации.
32. Лидерство в организации. Типологии лидера. Основные характеристики стилей управления коллективом.
33. Конфликты в деловых коммуникациях. Конструктивные и деструктивные эффекты конфликтов. Способы разрешения конфликтов.

34. Роль связей с общественностью в эффективных бизнес-коммуникациях.
35. Репутация фирмы. Способы корректировки нежелательного имиджа.
36. Построение команды. Специфика тимбилдинга в России и за рубежом.
37. Самопрезентация специалиста в деловом взаимодействии с партнерами и конкурентами по бизнесу.
38. Принципы подготовки к ведению переговоров.
39. Этапы переговорного процесса. Критерии эффективного проведения переговоров.
40. Барьеры в деловой коммуникации и способы их преодоления

Типовые оценочные материалы

1. Контрольные тесты (примеры тестов)

1. Обмен информацией при общении - это

- а) коммуникация;
- б) перцепция;
- в) восприятие;
- г) воздействие

2. Этот мыслитель в конце XIX—начале XX века средствами массовой коммуникации впервые называет газеты, почту, телеграф, железные дороги, образование?

- а) П. Лазарсфельд;
- б) Е. Кац;
- в) Ч. Кули;
- г) Ю. Хабермас.

3. Интеракция при общении - это:

- а) перцепция;
- б) коммуникация;
- в) понимание;
- г) воздействие.

4. основоположник догматической концепции теории массовой коммуникации

- а) Е. Кац;
- б) Г. Лассауэл;
- в) А. Моль;
- г) Т. Адорно.

5. Типы коммуникации классифицируются по признакам:

- а). по масштабности процесса;
- б). по степени организации;
- в). по количеству вовлеченных СМИ;
- г) по участию в коммуникациях государственных структур.

6. Этот автор считает, что коммуникация – это постоянно возникающая смысловая избыточность:

- а) Н. Луман;
- б) А. Моль;
- в) Г. Лассауэл;
- г) Т. Адорно.

7. Массовая коммуникация представляет собой:

- а) систему взаимосвязей, позволяющую получить практически одновременный доступ к социально значимым сообщениям большому числу людей, независимо от места расположения, социального статуса;
- б) систему взаимосвязей, позволяющую получить ограниченный доступ к социально значимым сообщениям большому числу людей, независимо от места расположения, социального статуса;
- в) систему взаимосвязей, позволяющую получить доступ к социально значимым сообщениям небольшому числу людей в зависимости от места расположения, социального статуса;
- г) коммуникации в организациях и органах государственной власти.

8. Представитель «франкфуртской» школы коммуникации:

- а) Н. Луман;
- б) С. Чахотин;
- в) Г. Лассауэл;
- г) Т. Адорно.

9. Внешние коммуникации – это:

- а) связи любой социальной системы с внешними социальными образованиями, которые существуют вне ее;
- б) связи выбранной социальной системы с внешними социальными образованиями, которые существуют внутри ее.
- в) Связи любой социальной системы с внешними и внутренними социальными образованиями, которые существуют вне ее;
- г) взаимосвязи социальной системы, направленные на изменение ее структуры.

10. В модели коммуникации этого автора самым важным компонентом является обратная связь

- а) С. Бир;
- б) Г. Лассауэл;
- в) К. Шеннон;
- г) Н. Винер;

11. Доминирование, конкуренция, сотрудничество, уклонение, это виды:

- а) мониторинга;
- б) интроверсии;
- в) акцентуации;
- г) стратегии социального взаимодействия.

12. Сколько уровней коммуникаций выделял К. Шеннон:

- а) 1, б) 2, в) 3, д) 4.

13. Направленность личности на себя самого называется:

- а) экстраверсией;
- б) интроверсией;
- в) акцентуацией;
- г) рефлексией.

14. Этот мыслитель впервые ввёл понятие "публичного восприятия"?

- а) Ю. Хабермас;
- б) П. Лазарфельд;
- в) Е. Кац;
- г) Ч. Кули.

15. Социальные субъекты, на мнение которых ориентируется индивид – это группа...

- а) учебная
- б) малая;
- в) референтная;
- г) производственная

16. В межличностной коммуникации участвуют:

- а). 2 человека;
- б) 3-4 человека;
- в) более 5 человек;
- г) внутрииндивидуальные структуры личности человека.

17. Этот ученый разработал теорию социального научения?

- а) Ю. Лотман;
- б) А. Бандура;
- в) С. Бир;
- г) Е. Кац.

18. Форма устной коммуникации между двумя и более лицами называется:

- а) монологом;
- б) диалогом;

- в) диспутом;
- г) дискуссией.

19. Д. Гербнер разработал теорию массовой коммуникации известную как:

- а) Теория культивирования;
- б) Теория социализации;
- в) Теорию социального научения;
- г) Теория использования и удовлетворения.

20. Эта теория придаёт большое значение активной роли аудитории в принятии решений и определении целей при потреблении ею продукции СМИ:

- а) Теория культивирования;
- б) Теория социализации;
- в) Теорию социального научения;
- г) Теория использования и удовлетворения.

21. По степени организованности коммуникации подразделяются на:

- а) активные и пассивные.
- б) горизонтальные и вертикальные;
- в) случайные и неслучайные;
- г) традиционные и эксклюзивные.

22. Одним из основных конструктивных положений данной теории является унификация (mainstreaming), направление различных взглядов людей на социальную реальность в единое русло?

- а) Теория культивирования;
- б) Теория социализации;
- в) Теорию социального научения;
- г) Теория использования и удовлетворения.

23. По инициативности коммуникаторов коммуникации делятся на:

- а) активные и пассивные.
- б) горизонтальные и вертикальные;
- в) диалог и диспут;
- г) традиционные и эксклюзивные.

24. Этот термин используется для обозначения характера связей в постиндустриальном обществе, основанный на высокотехнологичных информационно-коммуникационных сетях:

- а) информационное общество;
- б) корпоративная культура;
- в) лоббирование;
- г) социализация.

25. В зависимости от направления потока информации коммуникации подразделяются на:

- а) активные и пассивные.
- б) горизонтальные и вертикальные;
- в) случайные и неслучайные;
- г) традиционные и эксклюзивные.

26. Переговоры представляют собой:

- а). Обмен мнениями с целью выяснить точки зрения сторон и принять решение.
- б). Обмен мнениями с целью принятия решения.
- в). Обмен мнениями с целью выяснения точки зрения сторон
- г) обмен информацией с правом ее публикации и распространения.

27. Что не входит в подготовку к переговорам?

- а) выявление области взаимных интересов;
- б) установление нерабочих отношений с партнером;
- в) решение организационных вопросов (повестка дня, место и время встречи);
- г) нахождение общего подхода и подготовка переговорной позиции.

28. Прием по личным вопросам ведется руководителями с целью:

- а) Выяснения неслужебных вопросов, возникающих у работников.
- б) Выяснения служебных вопросов, возникающих у работников.

в)Выяснения различных вопросов, возникающих у журналистов.

г)выяснения неслужебных вопросов, возникающих у вышестоящих организаций.

29. Массовая аудитория обладает:

а) едиными финансовыми ресурсами;

б)единой структурой;

в)различной ценностной ориентацией;

г) определенной общей ценностной ориентацией обмен информацией с правом ее публикации и распространения.

30. Какое правило не относится к правилам убеждения?

а) убеждение должно быть всесторонним и аргументированным;

б) злоупотребление фактами не способствует эффективности воздействия на человека;

в) обращайтесь внимание не только на логичность и доказательность рассуждений;

г)не обращайтесь внимание на эмоциональность убеждения;

31.Адаптированность сообщения к каждому отдельно взятому рыночному сегменту, на который оно направлено- это...

а) корпоративная культура;

б) миссия фирмы;

в) стратегическая последовательность;

г) стратегическое планирование;

32. Стратегическое планирование –это

а) адаптированность сообщения к каждому отдельно взятому рыночному сегменту, на который оно направлено;

б) процесс разработки и поддержания соответствия между целями компании, ее ресурсами и возможностями;

в) решение организационных текущих вопросов;

г) нахождение общего подхода организации и подготовка переговорной позиции.

33.Система формальных и неформальных правил и норм деятельности, обычаев и традиций, индивидуальных и групповых интересов, особенностей поведения членов данной корпорации, отличающихся стилем поведения, показателями удовлетворенности работой, уровнем взаимного сотрудничества, степенью идентификации корпоративных членов с целями корпорации:

а) корпоративная культура;

б) миссия фирмы;

в) стратегическая последовательность;

г) интерактивная коммуникационная система;

34 Лоббирование- это

а) решение организационных вопросов по текущим вопросам;

б) внешняя и внутренняя информация, используемая при разработке маркетинговой стратегии;

в) адаптированность сообщения к каждому отдельно взятому рыночному сегменту, на который оно направлено;

г) планируемая непубличная коммуникативная и инструментальная деятельность группы интересов, нацеленная на принятие органами власти решений по значимым для этой группы решений.

35.Способ использования компьютерных технологий, позволяющий установить незамедлительную моментальную обратную связь

а) корпоративная культура;

б) тимбилдинг;

в) стратегическая последовательность;

г) интерактивная коммуникационная система;

36.Термин, обычно используемый в контексте бизнеса и применяемый к широкому диапазону действий для создания и повышения эффективности работы команды

а)адаптация;

б)тимбилдинг;

в)конформизм;

г) нонконформизм.

37. Миссия фирмы - это...

- а) изменение поведения в соответствии с мнениями окружающих, стремление приспособиться к требованиям большинства;
- б) система сбора и обработки информации, вызывающей исследовательский интерес;
- в) генерирование актором информационных поводов преимущественно в виде перформансов;
- г) философия и предназначение, смысл существования организации, в котором проявляется отличие данной организации от ей подобных;

38. Технологии создания и внедрения при общественно-экономических и политических системах конкуренции образа объекта (идеи, товара, услуги, персоналии, организации — фирмы, бренда) в ценностный ряд социальной группы, с целью закрепления этого образа как идеального и необходимого в жизни

- а) тимбилдинг
- б) информационное пространство;
- в) связи с общественностью (ПР);
- г) адаптация;

39. Изменение поведения в соответствии с мнениями окружающих, стремление приспособиться к требованиям большинства:

- а) миссия фирмы;
- б) тимбилдинг;
- в) конформизм;
- г) нонконформизм.

40. Процесс передачи части функций руководителя другим управляющим или сотрудникам для достижения конкретных целей организации...

- а) миссия фирмы;
- б) делегирование полномочий;
- в) конформизм;
- г) нонконформизм.

Критерии оценки

Критерий / Оценка	Выполнен полностью	Не выполнен
Правильно определен ответ на тестовый вопрос	0,5 балла	0 баллов

2. Контрольные ЭССЕ (примеры эссе)

Критерии оценки:

- 5 баллов выставляется студенту, если раскрыта тема задания, эссе имеет объем не менее 8 страниц, аккуратно оформлено; студент полно и достоверно отвечает на вопросы по теме эссе;
- 4 балла выставляется студенту, если раскрыта тема задания, эссе имеет объем менее 8 страниц, аккуратно оформлено; студент полно и достоверно отвечает на вопросы по теме эссе;
- 3 балла выставляется студенту, если раскрыта тема задания, эссе имеет объем менее 8 страниц, неаккуратно оформлено; студент полно и достоверно отвечает на вопросы по теме эссе;
- 2 балла выставляется студенту, если раскрыта тема задания, эссе имеет объем менее 8 страниц, неаккуратно оформлено; студент неполно и/или недостоверно отвечает на вопросы по теме эссе;
- 1 балл выставляется студенту, если не раскрыта тема задания, эссе имеет объем менее 8 страниц, или неаккуратно оформлено; студент неполно и/или достоверно отвечает на вопросы по теме эссе;
- 0 баллов выставляется студенту, не подготовившему эссе.

Темы эссе

1. Развитие теорий массовой коммуникации в XX и XXI веке
2. Процесс коммуникации Производство, мультипликация, распознавание, прием, использование информации в маркетинговой среде.
3. Лоббирование экономических интересов. Коммуникативные технологии лоббирования групп интересов в современном мире.
4. Создание информационного повода для продвижения товаров и услуг.
5. Специфика коммуникаций органов власти РФ в условиях реформирования.
6. Особенности тимбилдинга на российской почве.
7. Психологические аспекты коммуникативного процесса ведения переговоров.
8. Коммуникативные технологии для формирования позитивного имиджа компании.
9. Кризисы в организации. Антикризисные информационные мероприятия.
10. Коммуникативные проблемы применения делегирования полномочий в крупных и средних компаниях

3. Практические занятия (примеры)

Практическое занятие 1. Теория коммуникации как наука.

Вопросы для самоконтроля

1. Каковы функции языка в общении?
2. Чем отличается официально-деловой стиль речи?
3. Чем отличается научный стиль речи?
4. Чем отличается публицистический стиль речи?
5. Чем отличается разговорная речь?
6. Вспомните типы приема и передачи информации.

Задание 1

Наугад выберите по паре слов из каждой колонки и используйте их как «затравку» для создания рассказа. На бумаге или в голове разработайте сценарий.

Фиаско	Статуя	Спираль
Океан	Ноготь	Финиш
Путешествие	Мостовая	Кнопка
Бумажник	Пальто	Вор
Дыня	Фанера	Суфле
Сон	Харизма	Ковбой
Мотоцикл	Армия	Коробка
Собака	Нос	Палка
Преступление	Хоккей	Плод

Задание 2

Изучите приведенные ниже сравнения и объясните, почему они правомочны.

- *Творчество подобно приготовлению торта.*
- *Творчество подобно падению в грязь.*
- *Творчество подобно любви.*
- *Творчество подобно починке протекающего крана.*
- *Творчество подобно заточке топора.*

Задание 3

Сравнения и метафоры объединяют вещи между собой, устанавливая их похожесть. Сравнения распознаются более легко, потому что содержат ключевые слова «как» или «подобно».

Заполните пробелы в сравнениях и метафорах:

1. *Вода для корабля то же, что _____ для бизнеса.*

2. Цветок вызывает радость так же, как _____ гнев.
3. Кран для _____ то же, что _____ для свободы.
4. Мой дом – это _____.
5. Моя работа – это _____.
6. Беспокойство – это _____.
7. Правда – это _____.
8. Власть – это _____.
9. Успех – это _____.
10. Счастье – это _____.
11. Любовь – это _____.
12. Идеалы – это _____.
13. Размышление – это _____.
14. Жизнь – это _____.

Задание 4

Вообразите смешение различных видов восприятия. Например, попробуйте представить себе способность ощущать вкус звуков, слышать цвета, обонять ощущения.

- Чем пахнет слово «участвовать»?
- Каково на ощупь число «семь»?
- Какой вкус у голубого цвета?
- Как выглядит идея свободы?
- Какая форма у вторника?
- Каков вкус радости?

Задание 5

Все участники плывут на корабле. Корабль плывет вдоль берегов, островов, гор, лесов; то наступает день, то приходит ночь, то налетает шторм. Каждый участник по очереди сообщает, куда плывет корабль, что видно вокруг, что происходит на борту и т.д.

Каждый участник должен произнести не менее 3–5 фраз. Так продолжается до тех пор, пока все не выскажутся, потом руководитель сообщает, что кораблик поворачивается, и участники должны повторить весь путь до порта отправления, но в обратном порядке.

Задание 6

Переведите в формы делового общения переговоры между Попом и Балдой, героями одноименной сказки А.С.Пушкина. Используйте язык бизнеса: совмещение профессий, система оплаты труда, работодатель, работник, претендент на должность, договор, контракт, условия работы, компромисс, консенсус, виды и содержание деятельности и пр.

Эпизод первый: заключение трудового соглашения.

*«Нужен мне работник:
 Повар, конюх, плотник.
 А где мне найти такого
 Служителя не слишком дорогого?»*
*Балда говорит: «Буду служить тебе славно,
 Усердно и очень исправно,
 В год за три щелка тебе по лбу,
 Есть же мне давай вареную полбу».*
*Приздумался поп,
 Стал себе почесывать лоб.
 Щелк щелку ведь рознь.
 Да понадеялся он на русский авось.
 Поп говорит Балде: «Ладно.
 Не будет нам обоим накладно...»*

Эпизод второй: отношение работника к своим обязанностям.

- Все ли условия соглашения выполняются?
- Как выполнил Балда свои обязанности?

Эпизод третий: оплата труда, оговоренная соглашением.

Справедливость каких правил делового сотрудничества подтверждают заключительные слова Балды: «Не гонялся бы ты, поп, за дешевизною».

В заключение подготовьте аналитическую информацию: какие правила составления трудового соглашения были нарушены партнерами в ситуации «Прием на работу».

Задание 7

Расскажите об одном и том же событии, используя различные стили речи.

Задание 8

Придумайте фразы со словами: *терпение, терпеливость, терпимость, толерантность*.

Задание 9

Продолжите фразы:

- Стало ясно, что трудности с каждым годом будут _____.
- Мы надеемся, что к концу года уровень производства начнет _____.
- Моя тревога _____ с каждым днем.
- Площадь засоленных почв _____ с каждым годом.

(*возрастать, увеличиваться, повышаться, усиливаться*)

Задание 10

Подберите синонимы к слову *сказал*.

Задание 11

Выразите мысль без канцеляризма: *Следует приложить все усилия для устранения негативных последствий этого явления*.

Задание 12

«Переведите» наукообразные фразы:

- *Для создания положительного настроения можно рекомендовать такое известное средство, как улыбка.*
- *Приступать к созданию ребенка можно только в хорошем настроении, осознавая всю полноту ответственности за это дело (из книги о самовоспитании).*

Практическое занятие 2. Исторические вехи развития технических средств коммуникаций.

Вопросы для самоконтроля

1. Что, на ваш взгляд, означает «умение слушать»?
2. Что дает людям умение слушать?
3. Каковы трудности эффективного слушания?
4. Какие ошибки допускают те, кто слушают?
5. Перечислите «вредные привычки» слушания.
6. Как преодолеть крайности мужского и женского стилей слушания?
7. Каковы внешние помехи слушания?
8. В чем особенности направленного, критического слушания?
9. Какова специфика эмпатического слушания?
10. В чем особенность нерефлексивного слушания?
11. Зачем нужна положительная установка по отношению к неприятному собеседнику?
12. «Обратная связь». Каковы ее виды и способы осуществления?

Задание 1

Сотрудник взволнованно рассказывает о конфликтной ситуации, которая представляет для вас интерес. Как его нужно слушать?

Задание 2

Обратите внимание на манеру слушать своих друзей и партнеров. Умеют ли они слушать? Придерживаются ли установок эффективного слушания те собеседники, с которыми приятно разговаривать?

Задание 3

Проанализируйте, какой стиль слушания – мужской или женский – вам ближе, нет ли привычек, мешающих собеседнику и обнаруживающих ваше неумение слушать?

Задание 4

Проведите небольшие эксперименты с близкими друзьями. Попробуйте во время разговора сделать непроницаемое лицо и никак не реагировать на слова собеседника. В другом разговоре попробуйте усердно кивать и преувеличенно отражать эмоции партнера. В третьем – примите ту же позу, что и собеседник, а когда он разговорится, резко измените ее. Внимательно следите за состоянием рассказчиков во всех экспериментах. Результат обсудите с ними.

Последний эксперимент позволяет прийти к выводу: подражание позе и жестам партнера создает комфортную обстановку разговора, помогает собеседнику раскрыться, неподражание действует наоборот.

Задание 5

Потренируйтесь в различных типах слушания в разных ситуациях общения.

Задание 6

Постарайтесь использовать как можно больше приемов активного слушания в деловом разговоре.

Практическое занятие 3. Коммуникация как процесс.

Вопросы для самоконтроля

1. Почему важно понимать язык телодвижений?
2. Почему язык телодвижений неоднозначен?
3. Как с помощью соответствующих жестов и позы можно попытаться снять напряженное состояние партнера?
4. Перечислите жесты, свидетельствующие об уверенном и неуверенном поведении.

Задание 1

Понаблюдайте за позами и жестами людей во время занятия, совещания, на остановке, перед началом спектакля, в транспорте. Сравните свою оценку внутреннего состояния объекта наблюдения с оценкой своего товарища. Обсудите отличия.

Задание 2

Попробуйте в течение 15 минут посмотреть латиноамериканский телесериал без звука и попытайтесь по жестам и позам героев понять, что происходит на экране.

Задание 3

В общении с друзьями приобретайте навыки подражания по позе и «отзеркаливанию» жестов. Наблюдайте за изменениями состояния собеседника.

Задание 4

Попробуйте определить настроение близкого вам человека, приняв его позу.

Задание 5

Разбейтесь на пары. Первые номера начинают рассказывать вторым о том, как они провели вчерашний день. У слушающих задание – в течение первых трех минут принять позу, подражающую позе рассказчика, и «отзеркаливать» его жесты. Затем принять произвольную позу и перестать «отзеркаливать» партнера. Потом поменяйтесь ролями.

Результаты и ощущения обсудите в группе.

Практическое занятие 4. Основные модели коммуникации

Вопросы для самоконтроля

1. Что такое «манипуляции в общении»?
2. Какие стратегии поведения типичны для манипуляторов?
3. Как противостоять манипуляциям в общении?
4. Назовите и охарактеризуйте манипулятивные роли по Эрику Берну.
5. Каким образом можно распознать эго-состояния родителя, взрослого, ребенка?

Задание 1

Вспомните примеры манипуляций, с которыми, возможно, вам пришлось столкнуться раньше. Удалось ли вам избежать участи жертвы манипулирования? Если да, то как? Если нет, то, что вы предполагаете предпринять сейчас?

Задание 2

Придумайте различные ситуации манипулятивного общения, например: вам необходимо попасть на киносеанс, а вы забыли билет. Найдите подход к билетерше, если это:

- а) молодая симпатичная девушка;
- б) женщина средних лет, которая стремится выглядеть моложе;
- в) сурового вида старуха;
- г) пожилой мужчина интеллигентного вида.

Задание 3

Разбейтесь на пары. Вам нужно найти способ вынудить другого сделать то, что ему не по душе, а ему – найти способ отказать «нахалу». Примеры просьб:

1. Я слышал о вас как о человеке, который никогда никому не отказывает. Не могли бы вы одолжить 50 долларов? Мне скоро должны вернуть долг, и я сразу же вам отдам.
2. Неужели вы откажетесь принять участие в этом вечере? Мы ведь не всех приглашали. Но нам известно, что вы-то знаете толк в настоящем искусстве!

Найденные приемы манипулирования и защиты от них обсудите в группе.

Задание 4

Разыграйте ситуацию «Опоздание»:

- а) на встречу с другом;
- б) на свидание;
- в) домой после обещанного срока возвращения;
- г) на деловую встречу;
- д) на встречу с потенциальным работодателем.

По условию, опоздание столь значительно, что ожидающий уже выведен из терпения.

Задание 5

Отработка позиции Взрослого. Примеры игровых ситуаций:

1. Вы пришли по объявлению в газете устраиваться на работу рекламным агентом.
2. Вы пришли к декану с просьбой разрешить сдать досрочно сессию.
3. Вы пришли к руководителю курсов английского языка с просьбой о зачислении. Занятия в группе начались две недели назад.
4. Вы пришли к директору с просьбой дать вам внеочередной отпуск.
5. Вы пришли к директору фирмы устраиваться на работу его заместителем.

Ситуации обсуждаются в группе и комментируются.

Задание 6

Разыгрываемая ситуация. У жильца, живущего на верхнем этаже, протекает потолок из-за негодной кровли. Жилец делал телефонные заявки на ремонт крыши, но ее так и не починили. В квартире сырость. Заболел уже второй ребенок. Жилец решил идти к начальнику ЖЭС. Его цель – добиться, чтобы кровлю немедленно починили.

Условия игры. Начальник находится в позиции Родителя, исполнители роли жильца – в психологических позициях Ребенка, Родителя и Взрослого. Разговор начальника с Жильцом-Родителем заканчивается конфликтом. Разговор с Жильцом-Ребенком ни к чему начальника не обязывает. Разговор с Жильцом-Взрослым ведется в деловом тоне, жилец оставляет заявление и уходит с надеждой на то, что будет сделано все возможное.

Задания участникам игры.

1. В роли Жильца-Родителя нужно требовать, возмущаться. Увидев, что начальник «некается», грозить ему жалобами в вышестоящие инстанции. Уйти со скандалом.
2. В роли Жильца-Ребенка нужно долго рассказывать о тяжелом положении с детьми, жаловаться, просить. Уйти, так и не назвав свой адрес.
3. В роли Жильца-Взрослого прийти с заявлением. Кратко изложить суть дела. Спокойно спросить о причине, по которой крыша до сих пор не отремонтирована. Обсудить ситуацию. Уйти, зарегистрировав заявление.
4. В роли Начальника занять агрессивную позицию в ответ на позицию Жильца-Роди-

теля. Быстро отделаться от Жильца-Ребенка. Если ближе роль Родителя заботливого, пообещать все сделать, даже не спросив, где живет жилец. В роли Родителя-критика отчитать просителя: «У других еще не то происходит!» В ответ на вопрос Жильца-Взрослого объяснить ситуацию (один кровельщик болеет, второй давно уволился), перейти с ним на деловой тон. Возможно, принять его совет или предложение.

Практическое занятие 5. Вербальные и невербальные коммуникации.

Вопросы для самоконтроля

1. Что представляет собой комплимент?
2. Нужно ли говорить комплименты при деловом взаимодействии?
3. Зачем нужно делать комплименты?
4. Почему замеченные «не слишком заметные детали» вызывают больше положительных эмоций?
5. Как персонифицировать комплимент?
6. Как целесообразно вести себя в ответ на комплимент?
7. Какова роль комплимента в снятии эмоционального напряжения?
8. Когда уместно говорить комплименты?
9. В чем преимущества комплимента, сделанного на фоне антикомплимента?
10. Перечислите положительные чувства, которые испытывает человек, слушающий комплименты в свой адрес?
11. В чем суть приема «золотые слова»?

Задание 1

Все участники занятия садятся в большой круг, каждый должен внимательно посмотреть на партнера, сидящего слева, и подумать о том, какая черта характера, какая привычка этого человека ему нравится, и он хочет сказать об этом, то есть сделать комплимент.

Начинает любой из членов группы, который готов сказать приятные слова своему партнеру, сидящему слева. Во время высказывания все участники должны внимательно слушать выступающего. Тот участник, которому сделан комплимент, должен, как минимум, поблагодарить, а затем, установив контакт с партнером, сидящим слева от него, сделать свой комплимент; и так по кругу, пока все участники не обменяются комплиментами.

Задание 2

Разделитесь на пары и в течение одной минуты говорите друг другу приятные слова. Каждый выбирает комплимент, который наиболее ему понравился.

Задание 3

По кругу в произвольном порядке передается какой-нибудь предмет. Участник, передающий предмет, должен назвать качество, которое объединяет его с тем человеком, которому он передает предмет.

При этом он начинает свою фразу словами: «*Имя*, я думаю, нас с тобой объединяет...» и называет это качество, например: «Мы с тобой одинаково общительны».

Тот, кто получает предмет, отвечает: «Я согласен», если он согласен, или «Я подумаю», если не согласен. Даже если вы не согласны, что у вас есть это качество, все равно то, что сообщает партнер, несет в себе определенную полезную информацию о том, как мы выглядим в глазах других людей.

Задание 4

Участникам предлагается выявить в других людях качества, вызывающие восхищение, уважение или симпатию.

Задание выполняется по кругу или письменно. Партнером в этом задании становится тот участник занятия, с кем меньше всего знакомы. Что усложняет задачу. Первый, кто начинает, говорит: «*Имя*. Мне нравится в тебе...». Человек, в свою очередь, должен назвать те чувства, которые возникли у него в ответ на эти слова.

Так как большинство участников, реагируя на слова, говорят чаще всего, что им приятно или неприятно, то необходимо усложнить задачу до осознания чувств, например, говоря о

положительных эмоциональных состояниях, необходимо их конкретизировать: мне радостно, я получил удовольствие, испытал восторг, почувствовал себя счастливым, появилась надежда, уверенность в себе. Меня охватила гордость, я торжествовал и т.п.

Практическое занятие 6. Коммуникации в разных сферах общества.

Вопросы для самоконтроля

1. Какие значения имеет термин «критика»?
2. Считаете ли вы критику эффективным средством делового взаимодействия?
3. Какие виды деструктивной критики вы знаете?
4. Вспомните характеристики позитивной критики.
5. Какова цель щадящей критики?
6. При каких формах деловой коммуникации уместна критика?
7. При каких формах деловой коммуникации критика неуместна? Почему?
8. Прежде чем выступить с критикой, что необходимо сделать?
9. Каковы психологические издержки критики?
10. Как вести себя, если критикуют вас?
11. Что относится к технике нейтрализации замечаний?
12. Какие приемы используются для снижения негативного воздействия замечаний?
13. Как вы понимаете позитивные установки на восприятие критики?
14. Должна ли меняться тактика реагирования на замечания в зависимости от того, объективны они или субъективны?

Задание 1

Проанализируйте ситуации, разработайте механизм критики для каждой ситуации, проведите дискуссию по обсуждению предлагаемых вариантов критики, выберите наиболее конструктивные приемы.

Ситуация 1

Подчиненный вам работник, талантливый специалист творческого типа, в возрасте, обладает статусом и личностными достижениями, пользуется большой популярностью у деловых партнеров, решает любые проблемы и великолепно взаимодействует. Вместе с тем, у вас не сложились отношения с этим работником. Он не воспринимает вас как руководителя, ведет себя достаточно самоуверенно и амбициозно. В его работе вы нашли некоторые недочеты и решили высказать ему критические замечания, однако ваш предыдущий опыт свидетельствует о его негативной реакции на критику: он становится раздражительным и настороженным. Как вести себя?

Ситуация 2

Вслед за кратким выговором вы сказали работнику несколько приятных слов. Наблюдая за партнером вы заметили, что его лицо, поначалу несколько напряженное, быстро повеселело. К тому же он начал как всегда шутить и балагурить, рассказал пару свежих анекдотов и историю, которая сегодня произошла у него в доме. В конце разговора вы поняли, что критика, с которой вы начали разговор, не только не была воспринята, но и как бы забыта. Вероятно, он услышал только приятную часть разговора. Что вы предпримете?

Ситуация 3

Всякий раз, когда вы ведете серьезный разговор с одной из ваших подчиненных, критикуете ее работу и спрашиваете, почему она так поступает, она отделяется молчанием. Вам это неприятно, вы не знаете толком, с чем связано ее молчание, воспринимает она критику или нет, вы расстраиваетесь и злитесь. Что можно предпринять, чтобы изменить ситуацию?

Ситуация 4

Вы критикуете одну свою служащую, она реагирует очень эмоционально. Вам приходится каждый раз свертывать беседу и не доводить разговор до конца. Вот и сейчас, после ваших замечаний – она расплакалась. Как добиться того, чтобы довести до нее свои соображения?

Ситуация 5

У вас есть несколько подчиненных, которые совершают немотивированные действия. Вы видите их постоянно вместе, при этом вам кажется, что вы знаете, кто у них неформальный лидер. Вам нужно заставить их хорошо работать, а не устраивать «тусовки» прямо на рабочем месте. Вы не знаете, какой интерес их объединяет. Что вы предпримете для изменения ситуации и улучшения работы?

Ситуация 6

Вы приняли на работу молодого способного специалиста, только окончившего престижный институт. Он отлично справляется с работой. Уже закончил несколько проектов, и клиенты им очень довольны. Вместе с тем он резок и заносчив в общении с другими работниками, особенно с обслуживающим персоналом. Вы каждый день получаете такого рода сигналы, а сегодня поступило письменное заявление по поводу его грубости. Какие замечания и каким образом необходимо сделать молодому специалисту, чтобы изменить его стиль общения в коллективе?

Ситуация 7

Во время делового взаимодействия с вами ваш сотрудник «вышел из себя», не принимая ваших замечаний по поводу очередного рекламного проекта. Вы не можете позволить подчиненному так себя вести. Ведь это подрывает ваш авторитет. Что вы предпримете?

Ситуация 8

Ваш заместитель, очень опытный специалист, он действительно знает работу как «свои пять пальцев», практически он незаменим, когда он рядом, вы уверены, что все будет хорошо. Однако вы знаете, что он бесчувственный человек и никакие «человеческие» проблемы его не интересуют. От этого в коллективе последнее время стало тревожно, некоторые коллеги собираются подать заявление об уходе, так как он их обидел. Вы пытались в неформальной беседе с ним это обсудить, но он даже не понимает, о чем вы говорите, его интересует только план и прибыль. Как нужно воздействовать на своего заместителя, чтобы изменить стиль его взаимодействия с персоналом? Что вы предпримете?

Практическое занятие 7. Преодоление барьеров в коммуникации

Вопросы для самоконтроля

1. Как связаны особенности восприятия с возникновением барьеров восприятия?
2. Что такое коммуникативные барьеры?
3. Назовите основные характеристики логического барьера и пути их преодоления.
4. Назовите основные характеристики барьера восприятия и понимания и пути его преодоления.
5. Назовите основные характеристики семантического барьера и пути его преодоления.
6. Назовите основные характеристики фонетического барьера и пути его преодоления.
7. Назовите основные характеристики барьера взаимодействия и пути его преодоления.

Задание 1

Определите, владеете ли вы навыками человека, приятного в общении:

- Умеете ли вы поздороваться так, чтобы вам улыбнулись в ответ?
- Умеете ли вы так прервать затянувшийся разговор, чтобы собеседник на вас не обиделся?
- Умеете ли вы шуткой разрядить обстановку, остудить закипевшие страсти?
- Умеете ли вы так отказать человеку, обратившемуся к вам с бестактной или несвоевременной просьбой, чтобы не прервать с ним отношения?
- Если с вами грубы, можете ли вы не отвечать грубостью? Способны ли вы спокойно ответить грубияну или другим способом осадить его?
- Умеете ли вы попроситься так, чтобы вас захотелось увидеть снова?

Задание 2

Расскажите о своем опыте преодоления барьеров в общении. Проблемные ситуации обсудите.

Задание 3

Эвфемизмы – мягкие эквиваленты достаточно резких слов или выражений, которые предпочтительно завуалировать, например, вместо «он умер» – «он ушел из жизни», «бедный» – «нуждающийся», «старый человек» – «человек преклонного возраста» и т.п. Придумайте не менее 10 слов, неприятных для партнера, и подберите к ним эвфемизмы.

Задание 4

Назовите вежливые формы обращения с просьбой (*прошу вас, будьте так любезны* и т.п.), затем вежливые формы отказа (*к сожалению, не смогу вам помочь; это не в моих силах* и т.п.)

Вспомните о предпочтительности в определенных ситуациях просьбы в сослагательном наклонении (*хотелось бы*), ответа по формуле *да, но...*

Найдите формулы просьбы и отказа, уместные в общении с коллегой, с вышестоящим лицом, с клиентом фирмы.

Задание 5

Разбейтесь на пары. Один партнер должен придумать бестактную просьбу, другой – отказать в этой просьбе, но так, чтобы не прослыть занудой и не прервать отношения с человеком.

Задание 6

Работа над правильностью речи.

1. Прокомментируйте ошибки в выражениях: *криминальное преступление, свободная вакансия, прейскурант цен, памятный сувенир, будущие перспективы, смелый риск, первая премьера, моя автобиография, первое боевое крещение, хронометраж времени.*

2. Устраните многословие в выражениях: *каждая минута времени, отступить назад, в декабре месяце, впервые познакомиться, завещать в наследство, в летний период времени, ошибочное заблуждение.*

3. Объясните значения слов-паронимов и придумайте обороты со словами: *сравнять и сравнить; надевать и одевать; эффектный и эффективный; экономный и экономичный; невежа и невежда; ванна и ванная; одинарный и ординарный; апробировать и опробовать; представить и предоставить; акционерный и акционерский; планировка и планирование; абонент и абонемент; хозяйничать и хозяйствовать; адресат и адресант; парламентар и парламентарий.*

4. Объясните значение слов: *импортировать, приоритет, гармонизировать, конфиденциально, пролонгация, легитимность, адекватный, консенсус, менталитет, реноме, дивиденд, плебисцит.*

Задание 7

Проработайте возможные орфоэпические ошибки в словах:

- 1) каталог, квартал, красивее, аристократия;
- 2) товарищеская ответственность, задолго, партнер;
- 3) осведомиться, эксперт, феномен, созыв сессии;
- 4) упрочение, обеспечение, хозяева, украинец;
- 5) оптовые цены, валовой доход, перспектива;
- 6) безудержный, начать, бряцать, газопровод, нефтепровод;
- 7) хозяева, мельком, тяжба, тесно;
- 8) звонит, загнутый, намерение, ходатай;
- 9) ходатайствовать, осведомиться, кладовая;
- 10) языковая колбаса, языковая ошибка, воры, в спину, вы правы;
- 11) одновременный, углубить, опошлить, нормировать;
- 12) ножницы, прочитанный, светло, некоторые;
- 13) намереваться, принять, в голову;
- 14) формировать, хаос, прибывший, давнишний;
- 15) истекий, бытие, дебаты, фарватер;

16) *тест, темп, диспансер, демагогия;*

17) *тенденция, претензия, претендент, декольте;*

18) *компетентный (или [пент]), констатировать (или [стант]), эскорт (или эскорт), юрисконсульт (или юристконсульт), беспрецедентный (или [ценд]).*

Задание 8

1. Проспрягайте глаголы *понять, начать, принять* в прошедшем времени, а глагол *хотеть* – в настоящем времени.

2. Как правильно: *так много* или *столько много*, *очки надеть* или *одеть*, *осмеять* или *обсмеять*?

3. Исправьте выражения: *говорить про жизнь, ходить по дорогам, мы с Толем.*

4. Просклоняйте существительные: *выборы, средства.*

5. Просклоняйте словосочетания: *127 человек, 8 марта, сколько рублей.*

6. Исправить выражения: *более красивее, более легче, более лучшие, более дешевле.*

Задание 9

Отредактируйте фразы, объясните ошибку в построении предложения.

1. Встреча прошла с большим интересом.

2. Я заметил характерную ему ошибку.

3. Хотелось бы, чтобы вы поскорее оказали внимание нашей организации.

4. Он попытался предостеречь неверный шаг директора.

5. На встрече присутствовал и представитель с завода.

6. Обработав эти данные, выяснилась полная картина состояния дел.

7. Мое мнение к нему как к человеку неплохое.

8. Прочитав рекомендованную преподавателем литературу, студентам стали ясны многие сложные вопросы.

9. На повестке дня стоял вопрос о ресурсах.

10. Поднимаясь по лестнице, в глаза мне бросилось странное объявление.

11. Мне надоело тратить нервы на этот вопрос.

12. Я понял, какой намек мне дали.

13. У нас самая дешевая стоимость товаров.

14. Я не хочу нагнетать обстановку.

15. Николай ждал меня на коридоре.

16. Я не раз отмечал о том, что необходимо соблюдать инструкцию.

17. Все это сказывается на работу.

18. Разрешите поднять этот тост за наши успехи.

Задание 10

Объясните смысл крылатых выражений и фразеологизмов: *яблоко раздора, сизифов труд, гордиев узел, авгиевы конюшни, играть первую скрипку, вариться в собственном соку, снять стружку, через пень-колоду, зубы заговаривать, водить за нос, поставить на карту.*

Задание 11. «Брачные объявления»

Каждый участник получает карточку с названием какого-то предмета, обладающего характерными свойствами: ему для полноты существования нужен другой предмет, дополняющий его. Каждый участник игры произносит текст «брачного объявления» от имени своего предмета. В первой части объявления нужно представить свой предмет: описать его внешность, самые характерные черты, интересы и увлечения; вторая часть объявления – «заказ» на будущего спутника жизни: его внешность, черты характера, интересы.

Объявление составлено правильно, если удалось найти те главные черты предмета и его «половины», сочетание которых образует прочный союз, наполнит смыслом «жизнь» обоих. Необходимо внимательно слушать, чтобы не пропустить свою пару.

Критерии оценки выполнения и защиты практических занятий

Оценка	Критерии
5 баллов	Работа выполнена и защищена в срок на текущем занятии, верно отвечал на вопросы преподавателя во время защиты

4 балла	Работа выполнена и защищена на текущем занятии, ответы на вопросы преподавателя менее 80 %
3 балла	Работа выполнена и защищена на текущем занятии, ответы на вопросы преподавателя менее 70 %
2 балла	Работа выполнена и защищена на текущем занятии, ответы на вопросы преподавателя менее 60 %
4 балла	Работа выполнена, но защита на последующем занятии и далее, верно отвечал на вопросы преподавателя во время защиты
3 балла	Работа выполнена, но защита на последующем занятии и далее, ответы на вопросы преподавателя во время защиты менее 80 %
2 балла	Работа выполнена, но защита на последующем занятии и далее, ответы на вопросы преподавателя во время защиты менее 70 %
1 балл	Работа выполнена, но защита на последующем занятии и далее, ответы на вопросы преподавателя во время защиты менее 60 %
0 баллов	Не посетил практическое занятие по установленному расписанию, не выполнил задание.

**Методические материалы,
определяющие процедуры оценивания результатов обучения (знаний, умений, владений),
характеризующих этапы формирования компетенций**

Приводится методика проведения процедур оценивания конкретных результатов обучения (знаний, умений, владений) формируемого этапа компетенции. То есть для каждого образовательного результата определяются показатели и критерии сформированности компетенций на различных этапах их формирования, приводятся шкалы и процедуры оценивания.

Компетенция, ее этап и уровень формирования	Заявленный образовательный результат	Типовое задание из ФОС, позволяющее проверить сформированность образовательного результата	Процедура оценивания образовательного результата	Критерии оценки
ОПК-5 уровень базовый	<i>Знать:</i> <ul style="list-style-type: none"> • основные понятия коммуникативного менеджмента; коммуникативные барьеры и способы их преодоления; • особенности средств коммуникации; • тенденции и особенности развития мирового коммуникационно-о пространства в рамках эволюции системы международных отношений 	<i>Разбор и решение практического задания, примеры практических заданий из ФОС (стр. 29-38) Вопросы комплектов тестов (стр.24-28)</i>	<i>Практические задания используются для контроля на занятиях и в процессе сдачи зачета</i>	<i>Критерии оценки указаны в ФОС (на стр.21-22).</i>

<p>ПК-25 уровень базовый</p>	<p><i>Знать:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • основы межкультурных отношений в менеджменте, способностью эффективно выполнять свои функции в межкультурной среде; • роли и значение информации и информационных технологий в развитии современного общества и экономических знаний; 	<p><i>Вопросы к зачёту из ФОС (стр. 23-24). Написание эссе (стр.27-28) Вопросы комплектов тестов (стр.24-28)</i></p>	<p><i>Зачёт проводится в письменной форме, время подготовки ответа 30 мин</i></p>	<p><i>Критерии оценки указаны в ФОС (стр. 21-22)</i></p>
<p>ОПК-5 уровень базовый</p>	<p><i>Уметь:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • управлять коммуникативными процессами на межличностном уровне; • реализовывать коммуникативные стратегии; использовать коммуникативные техники 	<p><i>Разбор и решение практического задания, примеры практических заданий из ФОС (стр.29-38) Вопросы комплектов тестов (стр.24-28)</i></p>	<p><i>Практические задания используются для контроля на занятиях и в процессе сдачи зачета</i></p>	<p><i>Критерии оценки указаны в ФОС (на стр.21-22)</i></p>
<p>ПК-25 уровень базовый</p>	<p><i>Уметь:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • умение логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь; • готовность к кооперации с коллегами, работе в коллективе; • умение использовать в практической деятельности организаций информацию, полученную 	<p><i>Разбор и решение практического задания, примеры практических заданий из ФОС (стр. 29-38) Вопросы комплектов тестов (стр.24-28)</i></p>	<p><i>Практические задания используются для контроля на занятиях и в процессе сдачи зачета</i></p>	<p><i>Критерии оценки указаны в ФОС (на стр.21-22)</i></p>

	результате маркетинговых исследований и сравнительного анализа лучших практик в менеджменте; • умение проводить аудит человеческих ресурсов и осуществлять диагностику организационной культуры.			
ОПК-5 уровень базовый	Владеть: работой с различными информационными источниками; самооценкой уровня коммуникативных умений	Вопросы к зачёту из ФОС (стр. 23-24). Эссе (стр.27-28) Вопросы комплектов тестов (стр.24-28)	Зачёт проводится в письменной форме, время подготовки ответа 30 мин	Критерии оценки указаны в ФОС (стр. 21-22)
ПК-25 уровень базовый	Владеть: методами и программными средствами обработки деловой информации	Эссе (стр.27-28). Разбор и решение практического задания, примеры практических заданий из ФОС (стр. 29-38)	Практические задания и эссе используются для контроля на занятиях и в процессе сдачи зачета	Критерии оценки указаны в ФОС (стр. 21-22)

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

6.1 Основная литература

а) Основная литература (учебники и учебные пособия)

1. Управление персоналом [Электронный ресурс]: учеб. пособие / [Г. И. Михайлина, Л. В. Матраева, Д. Л. Михайлин, А. В. Беляк; под общ. ред. Г. И. Михайлиной] - Москва: Дашков и К, 2012 - 265 с.

6.2 Дополнительная литература

1. Сайфуллина Л. Д. Организация труда персонала [Электронный ресурс]: практикум / Л. Д. Сайфуллина; ГОУ ВПО УГАТУ - Уфа: УГАТУ, 2011

6.3 Интернет-ресурсы (электронные учебно-методические издания, лицензионное программное обеспечение)

На сайте библиотеки УГАТУ <http://library.ugatu.ac.ru/> в разделе «Информационные ресурсы», подраздел «Доступ к БД» размещены ссылки на интернет-ресурсы.

Каждый магистр в течение всего периода обучения обеспечивается индивидуальным неограниченным доступом к следующим электронно-библиотечным системам: ЭБС «Лань» <http://e.lanbook.com/>, ЭБС Ассоциации «Электронное образование Республики Башкортостан» <http://e-library.ufa-rb.ru>, Электронная коллекция образовательных ресурсов УГАТУ <http://www.library.ugatu.ac.ru/cgi-bin/zgate.exe?Init+ugatu-fulltxt.xml,simple-fulltxt.xsl+rus>), сформированным на основании прямых договорных отношений с правообладателями.

Обучающимся обеспечен доступ к электронным ресурсам и информационным справочным системам, перечисленным в таблице

№	Наименование ресурса	Объем фонда электронных ресурсов (экз.)	Доступ	Реквизиты договоров с правообладателями
	2	3	4	5
1.	ЭБС «Лань» http://e.lanbook.com/	41716	С любого компьютера, имеющего выход в Интернет, после регистрации в ЭБС по сети УГАТУ	Договор ЕД-671/0208-14 от 18.07.2014. Договор № ЕД -1217/0208-15 от 03.08.2015
2.	ЭБС Ассоциации «Электронное образование Республики Башкортостан» http://e-library.ufa-rb.ru	1225	С любого компьютера, имеющего выход в Интернет, после регистрации в АБИС «Руслан» на площадке библиотеки УГАТУ	ЭБС создается в партнерстве с вузами РБ. Библиотека УГАТУ – координатор проекта
3.	Консорциум аэрокосмических вузов России http://elsau.ru/	1235	С любого компьютера, имеющего выход в Интернет, после регистрации в АБИС «Руслан» на площадке библиотеки УГАТУ	ЭБС создается в партнерстве с аэрокосмическими вузами РФ. Библиотека УГАТУ – координатор проекта
4.	Электронная коллекция образовательных ресурсов УГАТУ http://www.library.ugatu.ac.ru/cgi-bin/zgate.exe?Init+ugatu-fulltxt.xml,simple-fulltxt.xsl+rus	528	С любого компьютера по сети УГАТУ	Свидетельство о регистрац. №2012620618 от 22.06.2012
5.	Электронная библиотека диссертаций РГБ	885352 экз.	Доступ с компьютеров читальных залов библиотеки, подключенных к	Договор №1330/0208-14 от 02.12.2014

			ресурсу	
6.	СПС «КонсультантПлюс»	2007691 экз.	По сети УГАТУ	Договор 1392/0403 -14 т 10.12.14
7.	СПС «Гарант»	6139026 экз.	Доступ с компьютеров читальных залов библиотеки, подключенных к ресурсу	ООО «Гарант-Регион, договор № 3/Б от 21.01.2013 (пролонгирован до 08.02.2016.)
8.	ИПС «Технорма/Документ»	36939 экз.	Локальная установка: библиотека УГАТУ-5 мест; кафедра стандартизации и метрологии-1 место; кафедра начертательной геометрии и черчения-1 место	Договор № АОСС/914-15 № 989/0208-15 от 08.06.2015.
9.	Научная электронная библиотека eLIBRARY* http://elibrary.ru/	9169 полнотекстовых журналов	С любого компьютера, имеющего выход в Интернет, после регистрации в НЭБ на площадке библиотеки УГАТУ	ООО «НАУЧНАЯ ЭЛЕКТРОННАЯ БИБЛИОТЕКА». № 07-06/06 от 18.05.2006
10.	Тематическая коллекция полнотекстовых журналов «Mathematics» издательства Elsevier http://www.sciencedirect.com	120 наимен. журнал.	С любого компьютера по сети УГАТУ, имеющего выход в Интернет	Договор №ЭА-190/0208-14 от 24.12.2014 г.
11.	Научные полнотекстовые журналы издательства Springer* http://www.springerlink.com	1900 наимен. журнал.	С любого компьютера по сети УГАТУ, имеющего выход в Интернет	Доступ открыт по гранту РФФИ
12.	Научные полнотекстовые журналы издательства Taylor & Francis Group* http://www.tandfonline.com/	1800 наимен. журнал.	С любого компьютера по сети УГАТУ, имеющего выход в Интернет	В рамках Государственного контракта от 25.02.2014 г. №14.596.11.0002 между Министерством образования и науки и Государственной публичной научно-технической библиотекой России (далее ГПНТБ России)
13.	Научные полнотекстовые журналы издательства Sage Publications*	650 наимен. журнал.	С любого компьютера по сети УГАТУ, имеющего выход в Интернет	В рамках Государственного контракта от 25.02.2014 г. №14.596.11.0002 между Министерством образования и науки и ГПНТБ России

14.	Научные полнотекстовые журналы издательства Oxford University Press* http://www.oxfordjournals.org/	275 наимен. журналов	С любого компьютера по сети УГАТУ, имеющего выход в Интернет	В рамках Государственного контракта от 25.02.2014 г. №14.596.11.0002 между Министерством образования и науки и ГПНТБ России
15.	Научный полнотекстовый журнал Science The American Association for the Advancement of Science http://www.sciencemag.org	1 наимен. журнала.	С любого компьютера по сети УГАТУ, имеющего выход в Интернет	В рамках Государственного контракта от 25.02.2014 г. №14.596.11.0002 между Министерством образования и науки и ГПНТБ России
16.	Научный полнотекстовый журнал Nature компании Nature Publishing Group* http://www.nature.com/	1 наимен. журнала	С любого компьютера по сети УГАТУ, имеющего выход в Интернет	В рамках Государственного контракта от 25.02.2014 г. №14.596.11.0002 между Министерством образования и науки и ГПНТБ России
17.	Научные полнотекстовые журналы Американского института физики http://scitation.aip.org/	18 наимен. журналов	С любого компьютера по сети УГАТУ, имеющего выход в Интернет	В рамках Государственного контракта от 25.02.2014 г. №14.596.11.0002 между Министерством образования и науки и ГПНТБ России
18.	Научные полнотекстовые ресурсы Optical Society of America* http://www.opticsinfobase.org/	22 наимен. журн.	С любого компьютера по сети УГАТУ, имеющего выход в Интернет	В рамках Государственного контракта от 25.02.2014 г. №14.596.11.0002 между Министерством образования и науки и ГПНТБ России
19.	База данных GreenFile компании EBSCO* http://www.greeninfoonline.com	5800 библиогр афич записей, частично с полными текстами	С любого компьютера по сети УГАТУ, имеющего выход в Интернет	Доступ предоставлен компанией EBSCO российским организациям-участникам консорциума НЭЙКОН (в том числе УГАТУ - без подписания лицензионного договора)

20.	Архив научных полнотекстовых журналов зарубежных издательств*- Annual Reviews (1936-2006) Cambridge University Press (1796-2011) цифровой архив журнала Nature (1869- 2011) Oxford University Press (1849–1995) SAGE Publications (1800-1998) цифровой архив журнала Science (1880 -1996) Taylor & Francis (1798-1997) Институт физики Великобритании The Institute of Physics (1874-2000)	2361 наимен. журн.	С любого компьютера по сети УГАТУ, имеющего выход в Интернет	Доступ предоставлен российским организациям-участникам консорциума НЭЙКОН (в том числе УГАТУ - без подписания лицензионного договора)
-----	--	--------------------------	--	---

6.4 Методические указания к практическим занятиям

С целью успешного освоения и сдачи зачета по дисциплине «Управление коммуникативными процессами в бизнес-среде», магистрантам необходимо придерживаться следующих методических указаний.

Практические занятия имеют важнейшее значение для усвоения программного материала.

Задачи практических занятий:

- закрепление знаний путем активного участия в обсуждении материала;
- развитие способности самостоятельно использовать полученные знания при разработке деловых игр и тренингов;
- приобретение навыков самостоятельного аргументирования и критического мышления;
- приведение разрозненных знаний в определенную систему;
- ознакомление с методами и моделями деловых игр и тренингов.

1. Общие рекомендации.

К основным формам работы над содержанием дисциплины относятся: лекционные занятия, практические занятия и самостоятельная работа магистрантов.

2. Рекомендации по работе с конспектом лекций.

Просмотрите конспект сразу после занятий. Поставьте материал конспекта лекций, который вызывает затруднения для понимания. Попытайтесь найти ответы на затруднительные вопросы, используя предлагаемую литературу. Если самостоятельно не удалось разобраться в материале, сформулируйте вопросы и обратитесь на текущей консультации или на ближайшей лекции за помощью к преподавателю.

3. Рекомендации по работе с литературой.

При систематизации материала по теме важно сравнивать определения основных понятий даваемые разными авторами. Сравнение необходимо для выделения основных признаков научного понятия, на которое обращают внимание различные авторы.

4. Рекомендации по подготовке к дискуссии.

Дискуссия позволяет включить обучающихся в процесс обсуждения спорного вопроса, проблемы и оценить их умение аргументировать собственную точку зрения. Для организации дискуссии по теме участникам необходимо подготовить и продумать общую тему, по которой делается одним из участников выступление. Во время дискуссии каждый

участник имеет возможность высказать свое мнение (сообщение) по вопросу и выслушать опровергающие ее аргументы. Необходимо корректно и уважительно относиться к оппонентам, до конца выслушивать аргументацию, не перебивать и соблюдать культуру проведения дискуссии.

1. Рекомендации по подготовке к зачету.

Чтобы подготовиться к зачету у магистранта под рукой должны быть конспекты лекций, рекомендуемая по дисциплине учебная литература и список экзаменационных вопросов. Разобранные на лекциях или практических занятиях вопросы необходимо повторить с использованием дополнительной литературы; вопросы же вынесенные на самостоятельное изучение необходимо разобрать самостоятельно с привлечением приобретенных навыков и знаний (в случае необходимости обратиться к преподавателю за дополнительными разъяснениями). Во время зачета, прежде чем приступить к письменному ответу на вопрос зачета, следует сначала мысленно построить план ответа, который должен охватить все требуемые по данному вопросу единицы знания. Ответ должен быть достаточно полным и содержать собственную аргументированную оценку. Чтобы знания были исчерпывающими, готовиться к зачету нужно на протяжении всего межсессионного периода.

7. Образовательные технологии

В процессе подготовки по дисциплине «Управление коммуникативными процессами в бизнес-среде» используется совокупность методов и средств обучения, позволяющих осуществлять целенаправленное методическое руководство учебно-познавательной деятельностью магистрантов, в том числе на основе интеграции информационных и традиционных педагогических технологий.

В частности, предусмотрено использование следующих образовательных технологий:

1. Классическая лекция, предусматривающая систематическое, последовательное, монологическое изложение учебного материала.
2. Проблемная лекция, стимулирующая творчество, осуществляемая с подготовленной аудиторией.
3. Лекция-визуализация – передача информации посредством схем, таблиц, рисунков, видеоматериалов, проводится по ключевым темам с комментариями.
4. Проблемное обучение, стимулирующее магистрантов к самостоятельному приобретению знаний, необходимых для решения конкретной проблемы.
5. Контекстное обучение – мотивация магистрантов к усвоению знаний путем выявления связей между конкретным знанием и его применением.
6. Обучение на основе опыта – активизация познавательной деятельности магистранта за счет ассоциации и собственного опыта с предметом изучения,

При реализации настоящей рабочей программы предусматриваются интерактивные и активные формы проведения занятий, дискуссии по темам исследования и поставленным научным проблемам.

8. Методические указания по освоению дисциплины

Для создания условий развития профессионального мышления магистрантов и формирования у них планово-прогнозной культуры, необходимо при изучении дисциплины «Управление коммуникативными процессами в бизнес-среде» соблюдать все требования, обозначенные в ФГОС ВО. В процессе изучения материалов дисциплины необходимо организовать работу обучаемых по решению проблемных ситуаций, а также самостоятельной исследовательской деятельности. Современная культура обучения должна помочь магистрантам раскрыть свои таланты, научить их применять знания на практике.

К системе научно-методического обеспечения преподавания дисциплины «Организация проведения деловых игр и тренингов в учебном процессе» относятся:

- преподаватели с их профессиональными знаниями и навыками педагогического мастерства;
- программы, учебники, учебно-методические пособия и др.;
- формы учебного процесса (лекции, семинары и т. д.);
- система контроля и оценивания успешности освоения знаний магистрантом;
- передовые методики и средства обучения.

Преподаватель несет ответственность за теоретический и методический уровень лекционных занятий. Необходимо придерживаться требований нормативных документов, учебных планов и программ, решений кафедры.

Применение интерактивных методик позволяет активизировать возможности учащихся. Интерактивные методы обучения подразумевают получение учебного знания посредством совместной работы участников познавательного процесса: преподавателя и магистранта. Виды интерактивных образовательных технологий, используемых на аудиторных занятиях:

- лекция-визуализация,
- проблемное обучение,
- обучение на основе опыта,
- контекстное обучение.

Активные методы учебы ориентированы на личность самого магистранта, на его сознательное участие в развитии собственных знаний, персональных и профессиональных навыков, в том числе навыков коллективной работы и творческого решения конкретных проблем. Активные образовательные технологии, рекомендуемые для применения на практических занятиях:

- подготовка и выступление с докладом, сообщением;
- участие в дискуссии;
- решение практического задания.

Практические занятия дают возможность более глубоко изучать дисциплину «Управление коммуникативными процессами в бизнес-среде» и успех занятия зависит не только от преподавателя, но и от магистрантов.

9. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Для проведения *лекций-визуализаций* дисциплины «Управление коммуникативными процессами в бизнес-среде» предусматривается использование специализированного мультимедийного оборудования и интерактивных досок smartboard. При реализации педагогической практики с использованием дистанционных образовательных технологий используется действующая в Университете электронно-образовательная среда.

10. Адаптация рабочей программы для лиц с ОВЗ

Адаптированная программа разрабатывается при наличии заявления со стороны обучающегося (родителей, законных представителей) и медицинских показаний (рекомендациями психолого-медико-педагогической комиссии). Для инвалидов адаптированная образовательная программа разрабатывается в соответствии с индивидуальной программой реабилитации.

ЛИСТ
согласования рабочей программы

Направление подготовки: 38.04.03 Управление персоналом
код и наименование

Наименование магистерской программы: Управление человеческими ресурсами и социальными процессами

Дисциплина: «Управление коммуникативными процессами в бизнес-среде»

Форма обучения: очная
очная, очно-заочная, заочная

Учебный год 2015/2016

РЕКОМЕНДОВАНА заседанием кафедры
Управления в социальных и экономических системах
наименование кафедры

протокол № _____ от «___» _____ 20__ г.

Заведующий кафедрой
УС и ЭС
наименование кафедры Д.А. Гайнанов
подпись расшифровка подписи дата

Исполнитель
Доцент каф. УС и ЭС
должность подпись И.В. Галимзянов
расшифровка подписи дата

Рабочая программа зарегистрирована в ООПМА и внесена в электронную базу данных.

СОГЛАСОВАНО:
Заведующий кафедрой ¹ _____
наименование кафедры личная подпись расшифровка подписи дата

Председатель НМС по УГСН 38.00.00 – «Экономика»

протокол № _____ от «___» _____ 20__ г.

_____ И.В. Дегтярева
личная подпись расшифровка подписи

Библиотека _____
личная подпись расшифровка подписи дата

Декан факультета (директор института) ИНЭК _____ И.В. Дегтярева
наименование факультета (института) личная подпись расшифровка подписи дата

Научный руководитель магистерской программы _____ И.А. Биккинин
личная подпись расшифровка подписи дата

Начальник _____ И.А. Лакман
личная подпись расшифровка подписи дата

¹ Согласование осуществляется с выпускающими кафедрами (для рабочих программ, подготовленных на кафедрах, обеспечивающих подготовку для других направлений и специальностей)

**Дополнения и изменения в рабочей программе учебной дисциплины
на 20__/20__ уч. год**

УТВЕРЖДАЮ

Декан факультета (директор института, филиала)
ФИО _____

(подпись)

« ____ » _____ 20__ г.

В рабочую программу по дисциплине _____
для направления _____
направленность (программа) _____
вносятся следующие изменения:

1)

2)

ПЕРЕСМОТРЕНА на заседании кафедры _____
наименование кафедры

протокол № _____ от " ____ " _____ 2015 г.

Заведующий кафедрой _____
подпись _____ расшифровка подписи _____

Научный руководитель магистерской программы¹ _____
подпись _____ расшифровка подписи _____

ОДОБРЕНА на заседании НМС по УГСН _____

протокол № _____ от " ____ " _____ 20__ г.

Председатель НМС по УГСН 38.00.00 – «Экономика»

проф., д. э. н. Дегтярева И. В.

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий кафедрой²

наименование кафедры личная подпись расшифровка подписи дата

Библиотека³ _____
личная подпись расшифровка подписи дата

Дополнения и изменения внесены в базу данных рабочих программ дисциплин

Начальник ООПМА _____
личная подпись расшифровка подп

¹ Только направлений подготовки магистров

² Согласование осуществляется с выпускающими кафедрами (для рабочих программ, подготовленных на кафедрах, обеспечивающих подготовку для других направлений подготовки научно-педагогических кадров высшей квалификации)

³ Только при внесении изменений в список литературы