АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.14 ДЕЛОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ

Автор:

к.э.н., старший преподаватель М.В. Введенская

Код и наименование направления подготовки, профиля:

43.03.01 Сервис, «Социально-культурный сервис»

Квалификация (степень) выпускника:

Бакалавр

Цель освоения дисциплины:

Сформировать компетенцию готовностью к организации клиентоориентированного сервиса.

План курса:

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Содержание тем (разделов)
1	Методологические основы и понятийный аппарат курса	Понятия: «общение», «трансакция», «деловая коммуникация», «этика деловой коммуникации», «психологическая игра», «эмоциональный интеллект». Предмет – психологическая и нравственная стороны деятельности и общения людей; психические процессы, свойства и состояния разного рода рабочих, деловых групп. Цели: формирование у деловых людей соответствующих психологических и нравственных качеств как необходимых условий их деятельности; установление и развитие отношений сотрудничества и партнерства с клиентами и заказчиками, между коллегами по работе, руководителями и подчиненными, партнерами и конкурентами. Задачи: поддержание устойчивости, стабильности бизнеса и организации, должного уровня коммуникации с клиентами, потребителями рекламного продукта, оптимизации рабочих групп; совершенствование методов подбора и использования персонала; разрешение внутри- и межгрупповых конфликтов; выработка способов оптимизации морально-психологического климата в коллективах; определение способов психологической защиты от стрессовых ситуаций.
2	Основные принципы этики и характер деловой коммуникации	Теоретические предпосылки становления этики деловой коммуникации. Этика деловой коммуникации в истории философской мысли. Этика в учении Конфуция, Сократа, Платона, Аристотеля. Закон "взаимопомощи" в первобытном обществе, самопожертвование. Принцип справедливости. "Десять заповедей". "Золотое правило" общения и нравственности. Оттенки этических норм (национальные, религиозные, классовые, социальных прослоек, профессиональные).

		Правила общения (правила Грайса): количества, качества, релевантности, стиля. Этика деловой коммуникации «сверху-вниз». Нравственные эталоны и образцы поведения руководителя. Основные принципы этики деловой коммуникации «снизу-вверх», «по горизонтали». Деловая этика и ее специфика (предпринимательство – соревнование интеллектов, допускающее умолчание, хитрости, неожиданные ходы). Обязательность, ответственность и компетентность – главные составляющие деловой этики.
3	Этика и развитие деловой культуры в России	Условия выработки и применения этических принципов в России. Роль автаркической власти и религии. Периоды укрепления и ослабления этических норм. Проблемы межличностного общения в трудах российских ученых. Современное состояние российской деловой культуры. Общие черты современного российского предпринимательства. Современные взгляды на место этики в деловом общении: возможное противоречие между этикой и бизнесом. Индивидуалистические перекосы. Социальные типы российских предпринимателей. Болевые точки этического развития российского предпринимательства. Снижение планки правового регулирования. Эрозия основных этических норм. Расширение зоны нерегулируемых отношений. Задачи возрождения нравственности и этики в области бизнеса и рекламного дела. Основы деловой этики.
4	Многомерность личности делового партнера	Понятия: «бессознательные психические процессы», «психологическая защита», «экстраверсия», «интраверсия». Структура психики делового партнера. Ошибочные действия в деловом общении. Психологическая защита в деловом общении: защитные механизмы. Экстраверсия и интроверсия в деловом общении. Психические функции деловых партнеров в деловом общении. Коллективное бессознательное в деловом общении.
5	Невербальные аспекты деловой коммуникации	Классификация невербальных средств общения. Кинесика – мимика, взгляд, поза, жесты, походка. Просодические и экстралингвистические средства: интонационный строй речи, сила, громкость, тембр голоса, скорость речи, паузы. Использование эмоционального интеллекта.
6	Конфликтные ситуации в деловом общении и пути их разрешения	Понятие конфликта. Классификация конфликтов в бизнесе: внутриличностные, межличностные, между личностью и организацией; горизонтальные, вертикальные, смешанные и др. Причины возникновения конфликта в деловых отношениях. Психологическая несовместимость как причина конфликта. Структура конфликта. Основные стили поведения в конфликтной ситуации (конкуренции или соперничества, сотрудничества, компромисса, приспособления, игнорирования или уклонения). Правила поведения в условиях делового конфликта. Приемы смягчения и предотвращения конфликтных ситуаций в процессе деловой коммуникации. Особенности конфликтов с потребителями и заказчиками рекламной продукции.

7	Деловые переговоры: подготовка и проведение	Классификация переговоров (по содержанию и целям, охватываемой области, количеству и статусу участников). Особенности деловых и коммерческих переговоров. Стадии подготовки и проведения переговоров. Организационная подготовка деловых переговоров и составление программы, определение участников, времени и места их проведения. Разработка стратегии и тактики переговоров, анализ информации, определение позиции, согласование условий, составление "сценария" переговоров, распределение "ролей" участников своей делегации, подготовка вспомогательных материалов и проектов намечаемых к обсуждению документов. Проработка условий конечных документов переговоров с функциональными службами своей организации и с субподрядчиками. Использование таких методов подготовки, как "деловая игра", "мозговая атака", анализ балансовых листов и др. Техническое обеспечение переговоров. Ведение переговоров. Выбор концептуального подхода: конфронтационного (торг) либо партнерского (совместное решение проблемы). Оферта, возможная реакция на предложения, методы торга, акцепт. Возможные тактические приемы со стороны партнера (завышение требований, расстановка по нарастающей, пакетирование и т.д.)
8	Психологические аспекты деловой коммуникации при переговорах	Психологические особенности партнеров. Классификация абстрактных типов собеседников. Методы воздействия на партнера, завоевания симпатии, формулы логического убеждения, смягчения конфликтных ситуаций и выхода из них (уступка, компромисс, сотрудничество, игнорирование, прямое жесткое требование). Техника аргументации (риторические методы: противоречия, "извлечения выводов", сравнения, "да-но", "бумеранга", видимой поддержки и т.д.; спекулятивные методы: преувеличения, анекдота, ссылки на авторитет, апелляции, дискредитации, искажения и т.д.). Применяемые риторические выразительные средства (наглядные, впечатляющие, эстетические, коммуникативные и т.д.). Наиболее распространенные способы завершения переговоров (рекомендации Международного торгового центра). Национальные особенности деловой коммуникации. Международная субкультура переговоров – их специфика в странах Запада и Востока. Кросс-культурный анализ и национальные подходы в вопросах: формирования делегаций и механизма принятия решений; ценностных ориентаций, особенностей восприятия и мышления; особенностях поведения и характерных тактических приемов.

Формы текущего контроля и промежуточной аттестации:

В ходе реализации дисциплины «Деловые коммуникации» используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

– при проведении занятий лекционного типа:

метод проблемного изложения, фронтальные и комбинированные опросы;

– при проведении занятий семинарского типа:
- опрос;
- эссе.

Экзамен проводится в письменной форме в виде ответов на вопросы.

Основная литература:

1. Курганская М.Я. Деловые коммуникации [Электронный ресурс]: курс лекций/ Курганская М.Я. Электрон. текстовые данные. - М.: Московский гуманитарный университет, 2013. - 121 с. - Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/22455.
2. Кузнецов И.Н. Деловое общение [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Кузнецов И.Н. - Электрон. текстовые данные. - М.: Дашков и К, 2013. - 528 с. - Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/24780