

**Федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение высшего образования  
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА  
И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ  
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**

---

**Институт управления и регионального развития**  
**Факультет маркетинга и международного сотрудничества**  
*(наименование института/факультета)*

**Кафедра «Финансы и страхование»**  
*(наименование кафедры)*

УТВЕРЖДЕНА  
Ученым советом ФИММ  
протокол от «05» сентября 2018 г. № 4

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**Б1.Б.06 Современные коммуникации в бизнесе**  
*(индекс, наименование дисциплины (модуля), в соответствии с учебным планом)*

направление подготовки (специальность)  
38.04.02 «Менеджмент»

---

*(код, наименование направления подготовки (специальности))*

**«Риск - менеджмент и страховой бизнес»**  
*направленность (профиль)*  
**Квалификация выпускника: МАГИСТР**  
*(квалификация)*

**Форма обучения – очно-заочная**  
*(форма обучения)*

Год набора 2019

Москва 2018г.

**Автор–составитель:**

к.т.н., доцент, доцент кафедры  
«Финансы и страхование»

\_\_\_\_\_  
(Подпись)

Баранников А.Л.  
(Ф.И.О.)

Заведующий кафедрой

«Финансы и страхование» д.э.н. Миллерман А. С.  
(наименование кафедры) (ученая степень) (Ф.И.О.)

## СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы .....	4
2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы.....	6
3. Содержание и структура дисциплины .....	7
4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине .....	9
5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины .....	27
6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине .....	30
6.1. Основная литература.....	30
6.2. Дополнительная литература.....	30
6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы.....	30
6.4. Нормативные правовые документы.....	31
6.5. Интернет-ресурсы.....	31
6.6. Иные источники.....	31
7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы .....	32

# 1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения программы.

1.1. Дисциплина Б1.Б.06 «Современные коммуникации в бизнесе» обеспечивает овладение следующими компетенциями:

- способность применять критический анализ и системный подход для решения профессиональных задач (УК ОС-1) УК ОС-1.1 1 этап;
- способность критически оценивать и переосмысливать накопленный опыт в собственной учебно-профессиональной и профессиональной деятельности (УК ОС-3) УК ОС-3.1 1 этап.

1.2. В результате освоения дисциплины у магистрантов должны быть сформированы:

ОТФ/ТФ (при наличии профстандарта)/ профессиональные действия	Код этапа освоения компетенции	Результаты обучения
Организация и управление деятельностью страховой организации	УК ОС-1.1 1 этап	<b>знать:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- теорию современных коммуникаций в бизнесе и концепции управления страховой организацией;</li> <li>- сущность, содержание и назначение основных направлений современных коммуникаций в бизнесе страховой организации;</li> <li>- закономерности функционирования страховой организации;</li> <li>- требования, предъявляемые к работникам страховой организации различных уровней и направлений;</li> <li>- особенности современных коммуникаций в бизнесе и управленческой деятельности;</li> <li>- виды и принципы построения современных коммуникаций в бизнесе страховой организации;</li> <li>- основные функции управленческой деятельности.</li> </ul>
		<b>уметь:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- выполнять функции и использовать методы современных коммуникаций в бизнесе при управлении страховой организацией;</li> <li>- принимать решения; управлять конфликтами, стрессами, изменениями в страховой организации и оценивать эффективность управления;</li> <li>- использовать зарубежный и отечественный опыт современных коммуникаций в бизнесе страховыми организациями;</li> <li>- проектировать организационные структуры управления страховой организации;</li> <li>- использовать источники управленческой информации;</li> </ul>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>- принимать эффективные решения, используя различные модели и методы современных коммуникаций в бизнесе для принятия управленческих решений;</li> <li>- использовать информационные технологии в современных коммуникациях управленческой деятельности;</li> <li>- представлять результаты аналитической и исследовательской работы в виде выступления, доклада, информационного обзора, аналитического отчета, статьи.</li> </ul> <p><b>владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками использования знаний по управлению современными коммуникациями в бизнесе при разработке и реализации проектов в страховой деятельности.</li> <li>- методологией исследования систем современных коммуникаций в бизнесе;</li> <li>- современными методами сбора, обработки и анализа управленческих, экономических и социальных данных;</li> <li>- методами и приемами анализа управленческих процессов;</li> </ul>
<p>Определение стратегии и тактики страховой организации, планирование и координация ее деятельности</p>	<p>УК ОС-3.1 1 этап</p>	<p><b>знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основные технологии современных коммуникаций в бизнесе;</li> <li>- принципы стратегического управления и современных коммуникаций в бизнесе страховых организациях;</li> <li>- возможности использования информационных технологий в управленческой деятельности;</li> <li>- принципы и подходы к формированию эффективных команд;</li> <li>- осуществлять поиск информации по полученному заданию, сбор, анализ данных, необходимых для решения управленческих проблем;</li> <li>- строить на основе описания ситуаций стандартные теоретические и управленческие модели современных коммуникаций в бизнесе, анализировать и содержательно интерпретировать полученные результаты;</li> <li>- прогнозировать развитие экономических и управленческих процессов в страховой организации.</li> </ul> <p><b>уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- разрешать конфликты в организационной среде;</li> <li>- эффективно делегировать полномочия;</li> <li>- использовать внутреннюю и внешнюю мотивацию при управлении трудовыми ресурсами организации;</li> </ul>

		- управлять собой; - использовать эффективные в конкретной ситуации стили управления
		<b>владеть:</b> - навыками применения методологии современных коммуникаций в бизнесе и его практических приложений в управлении страховым делом, разработки стратегии и тактики страховой организации, планировании и координации ее деятельности; - практическими навыками по управлению бизнес-процессами страхования и страховой организации в целом.

## 2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО.

### Объем дисциплины.

Количество академических часов, выделенных на контактную работу с преподавателем – 12, включая 12 часов практических занятий (семинаров). На самостоятельную работу обучающихся предусмотрено - 60 часов.

### Место дисциплины в структуре ОП ВО.

Дисциплина Б1.Б.06 «Современные коммуникации в бизнесе» изучается в соответствии с учебным планом в первом семестре 1 курса магистерской программы. Общая трудоемкость дисциплины 72 часа - 2 зачетных единицы.

Освоение дисциплины опирается на минимально необходимый объем теоретических знаний в области анализа рыночной среды и финансового состояния компаний.

Форма промежуточной аттестации в соответствии с учебным планом – зачет.

## 3. Содержание и структура дисциплины.

№ п/п	Наименование тем (разделов),	Объем дисциплины (модуля), час.						Форма текущего контроля успеваемости** промежуточной аттестации
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СР	
			Л/ЭО, ДОТ*	ЛР/ЭО, ДОТ*	ПЗ/ЭО, ДОТ*	КСР		
Очная форма обучения								
Тема 1	Виды деловых коммуникаций.	7			1		6	О
Тема 2	Формы делового публичного выступления.	7			1		6	З, Д
Тема 3	Топика и аргументация.	7			1		6	З, Д
Тема 4	Техники убеждения.	7			1		6	З, Д
Тема 5	Композиция речи.	7			1		6	З, Д
Тема 6	Невербальная коммуникация.	7			1		6	З, Д
Тема 7	Интонации, темп, громкость, эмоции и подтексты.	7			1		6	
Тема 8	Диалог	8			2		6	

№ п/п	Наименование тем (разделов),	Объем дисциплины (модуля), час.						Форма текущего контроля успеваемости**, промежуточной аттестации
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СР	
			Л/ЭО, ДОТ*	ЛР/ЭО, ДОТ*	ПЗ/ЭО, ДОТ*	КСР		
Очная форма обучения								
Тема 9	Нетворкинг и аттракция.	8			2		6	
Тема 10	Переговорные процессы.	7			1		6	
Промежуточная аттестация								Зачет
Всего:		72			12		60	

Примечание:

\* – при применении электронного обучения, дистанционных образовательных технологий в соответствии с учебным планом;

\*\* – формы текущего контроля успеваемости: опрос (О), тестирование (Т), контрольная работа (КР), коллоквиум (К), эссе (Э), реферат (Р), диспут (Д), задание (З) и др.

## Содержание дисциплины (модуля).

### Тема 1. Виды деловых коммуникаций.

Коммуникационные потребности, коммуникационные модели, коммуникационные технологии, современные средства коммуникации. Принципы и правила построения эффективных коммуникаций в бизнесе. Национальная культура и проблемы кросс-культурных коммуникаций. Особенности коммуникационных барьеров в бизнесе и способы их преодоления.

### Тема 2. Формы делового публичного выступления.

Пресс конференции, брифинги, заявления для печати. Высказывания в публичном пространстве в письменной форме. Специфика бизнес-коммуникаций в информационных сетях. Сетевая культура, специфика коммуникации в социальных сетях. Использование социальных сетей в бизнесе. Оценка речевой ситуации. Типы аудиторий. Параметры речевой ситуации. Оратор, аудитория, тема речи. Типология аудиторий с учетом различных параметров. Конструирование речевого имиджа.

### Тема 3. Топика и аргументация.

Речевая импровизация. Топика как способ поиска идей, связанных с данной темой. Аргументация как способ построения убедительных доказательств своей точки зрения на основе топов. Техники и приемы речевой импровизации.

### Тема 4. Техники убеждения.

Аргументация. Структура аргумента - силлогизм. Связь топики и аргументации. Построение техники убеждения в зависимости от параметров речевой ситуации.

### Тема 5. Композиция речи.

Схема Дейла Карнеги, мотивационная последовательность, схема Энтони Джея, хрия Квинтиллиана, хрия Ломоносова-Кошанского. Особенности различных схем, условия их использования.

### Тема 6. Невербальная коммуникация.

Движения во время речи, жесты, поза. Воздействие невербальных средств на аудиторию. Методы невербального воздействия. Политические и бизнес-ораторы и их

невербальные инструменты.

#### **Тема 7. Интонации, темп, громкость, эмоции и подтексты.**

Типы речевых эмоций. Локализация эмоций в структуре высказывания. Голосовое воздействие. Акцентирование, расстановка пауз, методы развития голоса.

#### **Тема 8. Диалог.**

Конструктивный, деструктивный сценарий диалога. Диалектика, софистика, эристика. Диалектика, софистика, эристика. Этос и его воплощение в речи. Перевод деструктивной модели в конструктивную методом Эрика Берна. Выход из конфликта. Психологическое айкидо и его средства.

#### **Тема 9. Нетворкинг и аттракция.**

Стратегия поведения в диалоге (спор, обсуждение, обмен информацией, побуждение к действию, поощрение). Типы собеседников. Выявление общих тем, конструирование необходимого впечатления, установка новых контактов.

#### **Тема 10. Переговорные процессы.**

Типы переговорщиков. Виды переговоров. Техники постановки переговорных целей и методы их достижения. Конфликтные переговоры, методы работы с отказом. Правила проведения совещаний. Метод мозгового штурма. Правила проведения штурма, отбор идей по итогам обсуждения. Модерация в группах разного формата. Переговоры в ситуации отсутствия личного контакта: электронная переписка, телефонные переговоры.

### **4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине.**

#### **4.1. Формы и методы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации.**

4.1.1. В ходе реализации дисциплины Б1.Б.06. «Современные коммуникации в бизнесе» используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

– при проведении занятий лекционного типа:

*Опрос, диспут.*

– при проведении занятий семинарского типа:

*Опрос, диспут, задача.*

– при проведении практических занятий:

*Задача.*

4.1.2. Промежуточная аттестация проводится в форме:

*Зачета.*

#### **4.2. Материалы текущего контроля успеваемости.**

Критерий: кол-во правильных ответов в % от кол-ва вопросов в тесте	Оценка знаний Балл по пятибалльной системе				
	Не знает ничего	Знает плохо	Знает удовлетвор ительно	Знает хорошо	Знает отлично
0	0 баллов				
> 0 < 30		2 балла			



> 30 < 70			3 балла		
> 70 < 90				4 балла	
> 90 - 100					5 баллов

**Типовые оценочные материалы по темам.  
Вопросы, служащие основой опроса.**

### **Перечень тем рефератов по курсу.**

1. Принципы и правила построения эффективных коммуникаций в бизнесе.
2. Особенности коммуникационных барьеров в бизнесе и способы их преодоления
3. Специфика бизнес-коммуникаций в информационных сетях.
4. Использование социальных сетей в бизнесе.
5. Конструирование речевого имиджа.
6. Аргументация как способ построения убедительных доказательств своей точки зрения на основе топов
7. Построение техники убеждения в зависимости от параметров речевой ситуации
8. Методы невербального воздействия.
9. Типы речевых эмоций. Голосовое воздействие.
10. Конструктивный, деструктивный сценарий диалога.
11. Стратегия поведения в диалоге
12. Переговорная ситуация: цель, участники, предмет, этапы.
13. Управление процессом переговоров.
14. Проблемные переговоры, подготовка, аргументация.
15. Совещания. Особенности каждого типа совещаний. Шаблоны, сценарии. Протоколирование.
16. Разновидности совещаний. Структура совещания
17. Устные выступления. Особенности типов публичных выступлений
18. Формы делового публичного выступления
19. Манера ведения публичного выступления

### **4.3. Оценочные средства для промежуточной аттестации.**

#### **4.3.1. Формируемые компетенции:**

- способность применять критический анализ и системный подход для решения профессиональных задач (УК ОС-1) УК ОС-1.1 1 этап;
- способность критически оценивать и переосмысливать накопленный опыт в собственной учебно-профессиональной и профессиональной деятельности (УК ОС-3) УК ОС-3.1 1 этап.

#### **4.3.2 Типовые оценочные средства.**

Промежуточная аттестация проводится в форме зачета. Зачет включает ответы на вопросы и решение расчетных задач.

#### **Образцы заданий (билетов) к зачету**

##### **Вариант №1**

1. Понятие коммуникации
2. Источники запланированных обращений
3. Процесс коммуникации
4. Процесс принятия простых и сложных решений потребителями и влияние маркетинговых коммуникаций на этот процесс

##### **Вариант №2**

1. Виды коммуникации
2. Связь интегрированных маркетинговых коммуникаций с планом маркетинга компании
3. Виды коммуникационных систем
4. Процесс осуществления закупок организациями

##### **Вариант №3**

1. Коммуникационное пространство
2. Причины создания интегрированных маркетинговых коммуникаций
3. Характеристика источников информации
4. Маркетинговые коммуникации и государственное регулирование

##### **Вариант №4**

1. Модель маркетинговой коммуникации
2. Коммуникационные эффекты
3. Характеристики целевой аудитории
4. Методика формирования корпоративной стратегии компании

##### **Вариант №5**

1. Вербальные коммуникации
2. Элементы маркетинговых коммуникаций
3. Характеристики сообщения
4. Интегрированный подход к управлению стратегией маркетинговых коммуникаций.

##### **Вариант №6**

1. Невербальные коммуникации
2. Модель интегрированных маркетинговых коммуникаций
3. Влияние культуры и субкультуры на маркетинговые коммуникации
4. Сравнительная оценка воздействия основных средств комплекса маркетинговых коммуникаций на потребителя

#### **Вариант №7**

1. Внутриличные коммуникации
2. Интегрированный маркетинг и интегрированные маркетинговые коммуникации
3. Ценности и поведение потребителей
4. Модель интегрированных маркетинговых коммуникаций.

#### **Вариант №8**

1. Межличностные коммуникации
2. Организация маркетинговых коммуникаций
3. Группы влияния и маркетинговые коммуникации
4. Этапы стратегического планирования маркетинговых коммуникаций

#### **Вариант №9**

1. Функции коммуникации
2. Глобальные коммуникации
3. Влияние демографических изменений на процесс маркетинговых коммуникаций
4. Комплексный подход к управлению стратегией фирмы

#### **Вариант №10**

1. Цели коммуникации
2. Источники незапланированных обращений
3. Особенности принятия решений потребителями на новом рынке
4. Планирование интегрированной кампании

#### **Шкала оценивания.**

<b>Способы аттестации</b>	<b>Баллы</b>
Общее количество баллов	100
Количество баллов на зачете	20
Количество баллов до зачета, полученные при изучении дисциплины	80
В том числе:	
- Баллы за посещение лекций	8 (2 часа – 1 балл)
- Баллы за посещение практических занятий	4 (2 часа – 0,5 баллов)
- Баллы за работу на практических занятиях (выполнение расчетных заданий и/или реферата)	45 (баллы за каждое задание: по 15 соответственно за каждое из трех обязательных заданий)
- Промежуточная аттестация – тестирование	7
- Активность на занятиях	8
- Контрольная работа	8

Итоговая оценка по предмету выставляется на основе шкалы, приведенной в проекте

Для получения максимального количества баллов за выступления на занятиях и другие формы выполнения заданий каждый студент должен подготовить не менее трех обязательных заданий.

Положения о балльно-рейтинговой системе оценки знаний обучающихся на ФММС: на ФММС принята следующая шкала перевода оценки из многобалльной системы в пятибалльную (бинарную):

Шкала перевода оценки из многобалльной системы в пятибалльную:

- обучающемуся выставляется оценка «не зачтено», если обучающийся набрал менее 55 баллов,
- оценка «зачтено» выставляется при условии, если обучающийся набрал от 55 до 100 баллов;
- 100 баллов выставляется при условии выполнения всех требований, а также при обязательном проявлении творческого отношения к предмету, умении находить оригинальные, не содержащиеся в учебниках ответы, умении работать с источниками, которые содержатся в дополнительной литературе к курсу, умении соединять знания, полученные в данном курсе со знаниями других дисциплин.

К сдаче экзамена допускаются студенты, набравшие не менее 50 баллов по итогам текущей аттестации. Оценка промежуточной аттестации по дисциплине проставляется в приложение к диплому.

#### **4.4. Методические материалы.**

Процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций проводятся в соответствии с Уставом Академии (утв. Постановлением Правительства Российской Федерации от 12.05.2012 г. N 473), Положением о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации студентов в РАНХиГС (утв. Приказом ректора от 25.01.2012 г. № 01-349; изм. от 07.06.2013 г.), Порядком организации и проведения практики студентов, осваивающих в РАНХиГС образовательные программы высшего образования – программы бакалавриата, программы специалитета, программы магистратуры (утв. Приказом ректора от 11.05.2016 г. №01-2212).

### **5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.**

#### **Методические рекомендации по организации самостоятельной работы обучающегося.**

Успешное освоение курса «Современные коммуникации в бизнесе» предполагает активное, творческое участие обучающихся во всех формах учебных занятий, определенных для данной дисциплины.

Самостоятельная работа обучающихся предполагает изучение в соответствии с данными методическими рекомендациями учебных материалов, интернет-ресурсов; выполнение текущих расчетных и контрольных заданий, подготовку реферата по одной из тем курса, устного сообщения по теме реферата, подготовка к дискуссии (диспуту).

Для успешного усвоения данной дисциплины обучающийся должен:

- Прослушать курс лекций по данной дисциплине
- Выполнить все задания, рассматриваемые на практических занятиях
- Выполнить все домашние задания, получаемые от преподавателя
- Подготовиться к участию в диспуте (дискуссии)
- Подготовить реферат

В ходе самостоятельной работы студентам рекомендуется работа со справочно-информационной системой Консультант+.

#### **Методические рекомендации по освоению лекционного материала**

Лекция является для обучающегося важной формой теоретического освоения конкретной темы или вопроса дисциплины. На лекциях обучающиеся получают самые

актуальные и необходимые данные по конкретным темам изучаемой дисциплины, во многом дополняющие учебники и учебные пособия, а иногда даже их заменяющие.

Работа на лекции является очень важным видом студенческой деятельности для изучения дисциплины. Умение студента сосредоточенно слушать лекции, активно, творчески воспринимать излагаемые сведения является неременным условием их глубокого и прочного усвоения общекультурных и профессиональных компетенций, на которые нацелена дисциплина.

Внимательное слушание и конспектирование лекций предполагает интенсивную умственную деятельность студента. Конспект является полезным тогда, когда записано самое существенное, основное. Это должно быть сделано самим студентом. Не надо стремиться записать дословно всю лекцию. Запись лекций рекомендуется вести по возможности собственными формулировками. Конспект лучше подразделять на пункты, параграфы, соблюдая красную строку. Принципиальные места, определения, формулы следует сопровождать замечаниями: "важно", "особо важно", "хорошо запомнить" и т.п. или подчеркивать красной ручкой. Целесообразно разработать собственную символику, сокращения слов, что позволит сконцентрировать внимание студента на важных сведениях.

Прослушивание и запись лекции можно производить при помощи современных устройств (диктофон, ноутбук, смартфон и т.п.).

Для удобства восприятия теоретического материала каждая лекция сопровождается электронной презентацией, которая по окончании занятия пересылается обучающимся в электронной форме.

Работая над конспектом лекций, всегда следует использовать не только учебник, но и ту литературу, которую дополнительно рекомендовал лектор, в том числе нормативно-правовые акты соответствующей направленности. Именно такая серьезная работа на лекциях и с лекционным материалом позволит глубоко овладеть знаниями и сформировать профессиональные компетенции.

При проработке лекционного материала следует иметь в виду, что в лекциях раскрываются наиболее значимые положения и идеи дисциплины, комплексное формирование необходимых компетенций происходит в ходе практических занятий и самостоятельной работы над учебным материалом.

#### **Методические указания по подготовке к семинарским занятиям по дисциплине.**

Для успешного усвоения дисциплины «Современные коммуникации в бизнесе» обучающийся должен систематически готовиться к семинарским занятиям. Для этого необходимо:

1. Познакомиться с планом семинарского занятия;
2. Изучить соответствующие вопросы в конспекте лекций и раздаточном материале;
3. Ответить на вопросы, вынесенные на обсуждение;
4. Систематически выполнять задания преподавателя, предлагаемые для выполнения во внеаудиторное время.

В ходе семинарских занятий студенты под руководством преподавателя могут рассмотреть различные точки зрения специалистов по обсуждаемым проблемам. Продолжительность подготовки к семинарскому занятию должна составлять не менее того объема, что определено тематическим планированием в рабочей программе, то есть примерно 3-4 часа в неделю. Семинарские занятия по дисциплине могут проводиться в различных формах:

- устные ответы на вопросы преподавателя по теме семинарского занятия;
- письменные ответы на вопросы преподавателя;
- выполнение практических заданий в подгруппах, проведение диспута между подгруппами под руководством и контролем преподавателя;
- заслушивания и обсуждение докладов по теме реферата;
- выполнение тестовых заданий.

Подготовка к семинарским занятиям должна носить систематический характер. Это позволит обучающемуся в полном объеме выполнить все требования преподавателя. Для получения более глубоких знаний обучающимся рекомендуется изучать как основную, так и дополнительную литературу, а также знакомиться с источниками в Интернет (список приведен в рабочей программе по дисциплине).

#### **Краткие методические указания по выполнению рефератов.**

Реферат по дисциплине «Современные коммуникации в бизнесе» является результатом индивидуальной работы студента и отражает способность исполнителя к самостоятельной работе с литературой, навыки анализа конкретной проблемы, выработки теоретических и практических рекомендаций. В процессе изучения дисциплины студенты самостоятельно выбирают тему реферата из рекомендованного списка, руководствуясь собственными своими научными интересами, профессиональным опытом или иными обстоятельствами. По согласованию с преподавателем студенты могут раскрывать и другие темы рефератов в авторской формулировке в рамках содержания учебной программы дисциплины.

Для написания контрольной работы рекомендуется использовать учебно-методическую, научную и специальную литературу по изучаемой проблеме.

#### *Структура реферата*

Самостоятельная работа должна состоять из следующих частей:

1. Введение
2. Основные разделы (главы, параграфы)
3. Заключение
4. Список использованной литературы
5. Приложение

Во **введении** раскрывается актуальность темы, формулируется цель и задачи работы, дается краткая характеристика ее структуры и используемых материалов.

**Основные разделы** содержат теоретическое изложение темы, примеры из практики, статистические и фактические данные, обоснование выводов и теоретических положений, аналитический материал, расчетные примеры.

Для подготовки теоретической части необходимо изучить литературу по избранной теме (учебники, законодательство, монографии, статьи в периодических изданиях). Помимо обобщения существующих положений, автору следует отразить суть собственной позиции по рассматриваемому вопросу. При использовании прямого цитирования обязательно делать ссылки на источник с указанием страниц.

Аналитическая часть контрольной работы основывается на фактическом материале. Задача этой части – рассмотреть конкретные вопросы и особенности практики налогообложения. Для подготовки этой части работы могут быть использованы различные источники информации: статистические данные, законодательство, отчетные данные конкретных организаций, результаты специальных исследований, нормативно-правовые акты, публикации в специализированных газетах и журналах, материалы научно-практических семинаров и конференций, данные сети Интернет и др.

Работа будет более интересной и выигрышной, если фактический материал рассматривается в динамике, присутствуют графические объекты, таблицы. Если подобные данные занимают большой объем, их следует поместить в приложение.

**Заключение** должно содержать выводы и предложения по каждому разделу и работе в целом.

После заключения в работе обязательно помещается **список использованной литературы** и, если необходимо, **приложения**.

Общий объем реферата – 20-25 страниц машинописного текста формата А-4.

**6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине**

### **6.1. Нормативные правовые акты**

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть I) [Текст]: кодекс от 30 ноября 1994 г. № 51-ФЗ (ред. от 06.04.2011) // Собр. законодательства Рос. Федерации. – 1994. - № 32. - Ст.3301.
2. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть II) [Текст]: кодекс от 26 января 1996 г. № 14-ФЗ (ред. от 07.02.2011) // Собр. законодательства Рос. Федерации. – 1996. - № 5. - Ст.410.
3. Трудовой кодекс РФ [Текст]: (принят ГД ФС РФ 21.12.2001) от 30 декабря 2001 г. № 197-ФЗ (ред. от 18.07.2011) // Собр. законодательства Рос. Федерации. – 2002 - № 1 (ч. 1). - Ст. 3.
4. Об акционерных обществах [Текст]: Федер. закон от 26 декабря 1995 г. № 208-ФЗ (ред. от 28.12.2010) // Собр. законодательства Рос. Федерации. - 1996. - № 1. - Ст. 1.

### **1.2. Основная литература**

1. Уильямс Г., Миллер Р., Чалдини Р. и др. Эффективные коммуникации: пер. с англ. - М.: Альпина Паблишер, 2018. <http://www.iprbookshop.ru/82660.html>
2. Смехов Л.В. Популярная риторика - М.: АСТ, 2018. <https://iknigi.net/avtor-leonid-smehov/161645-populyarnaya-ritorika-leonid-smehov.html>

### **Дополнительная литература**

1. Кеннеди Г. Договориться можно обо всем! Как добиваться максимума в любых переговорах. - М.: Альпина Бизнес Букс 2010. <https://avidreaders.ru/read-book/dogovoritsya-mozhno-obo-vsem-kak-dobivatsya.html?p=1>
2. Новак Клаус, Гюрс Манфред. Умение договариваться. Руководство для тренеров - М.: Вершина, 2000. <https://www.libfox.ru/270954-gevin-kennedi-dogovoritsya-mozhno-obo-vsem-kak-dobivatsya-maksimuma-v-lyubyh-peregovorah.html>
3. Фишер Роджер, Юри Уильям и Паттон Брюс Переговоры без поражения. - М., МИФ, 2014. <https://avidreaders.ru/read-book/peregovory-bez-porazheniya-garvardskiy-metod.html>
4. Роудз Марк Как разговаривать с кем угодно. - М., МИФ, 2015. <https://www.e-reading.club/book.php?book=1050591>

### **6.4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы**

1. Асташина, О.В. Коммуникативные стратегии в организации / О.В. Асташина // Вестник науки и образования Северо-Запада России. - 2015. - № 4. - С. 151 - 156.
2. Бабосов, Е.М. Особенности коммуникации в организационных моделях различных типов / Е.М. Бабосов, А.А. Трусъ // Вестник Московского университета. Серия 18: Социология и политология. - 2015. - № 3. - С. 95 - 114.

#### **Дополнительная литература.**

1. Деловые коммуникации / Под ред. В.П. Ратникова. - М.: Юрайт, 2017. - 528 с.
2. Деловые коммуникации / Под. ред. Т.Ю. Анопченко. - М.: КноРус, 2018. - 248 с.
3. Доронина, Е.Б. Повышение эффективности создания и функционирования сложных систем на основе анализа коммуникативных процессов / Е.Б. Доронина // Science Time. - 2016. - № 4. - С. 244 - 254

### **6.5. Интернет-ресурсы**

1. Webeconomy.ru/ Малый бизнес в России и развитых странах мира [Электронный ресурс] URL: <http://www.webeconomy.ru/index.php?page=cat&newsid=1456&type=news> (дата обращения 02.10.2015)

**Средства информационной поддержки**  
Справочно-правовая система «Консультант плюс».  
Справочно-правовая система «Гарант».

***Сайты крупнейших консалтинговых фирм***

1. Deloitte&Touche ЗАО Делойт и Туш СНГ <http://www.deloitte.com>
2. ЭрнстэндЯнгErnst&Young<http://www.ey.com/global/content.nsf/Russia/Home>
3. KPMG International (ЗАО «КПМГ») <http://www.kpmg.ru>
4. PricewaterhouseCoopers International Limited <http://www.pwc.com>

**6.6. Иные источники**

**Периодические издания (журналы)**

**2. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы**

Для проведения занятий по дисциплине необходимо следующее материально-техническое обеспечение: учебные аудитории для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, для самостоятельной работы: читальные залы библиотеки.

Программное обеспечение: MS Office Professional Plus 2016.

Доступные ресурсы информационной среды академии включают:

- электронное хранилище научно-образовательных ресурсов с возможностями удаленного доступа на базе современного телекоммуникационного комплекса;
- базы данных электронных публикаций, электронных периодических изданий научного и учебно-методического направления;
- медиа-студия для проведения телеконференций;
- электронный библиотечный фонд.

Информационные справочные системы:

Научная библиотека РАНХиГС. URL: <http://lib.ranepa.ru/>;

Научная электронная библиотека eLibrary.ru. URL: <http://elibrary.ru/defaultx.asp>; Национальная электронная библиотека. URL: [www.nns.ru](http://www.nns.ru);

Российская государственная библиотека. URL: [www.rsl.ru](http://www.rsl.ru);

Российская национальная библиотека. URL: [www.nnir.ru](http://www.nnir.ru);

Электронная библиотека Grebennikon. URL: <http://grebennikon.ru/>;

Электронно-библиотечная система Издательства «Лань». URL: <http://e.lanbook.com>;

Электронно-библиотечная система ЮРАЙТ. URL: <http://www.biblio-online.ru/>.

**7.1. Список учебно-лабораторного оборудования:**

- персональный компьютер с выходом в Интернет;
- мультимедийный проектор.

**7.2. Программные, технические и электронные средства обучения и контроля знаний слушателей:**

Microsoft Excel.