

# АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

## Технологии коммуникации

**Автор:**

К.э.н., доцент, доцент кафедры государственного управления и публичной политики Синяева О.Ю.

**Код и наименование направления подготовки, профиля:**

38.03.02 Менеджмент

«Менеджмент» (Liberal Arts)

**Квалификация (степень) выпускника: бакалавр****Форма обучения: очная**

**Цель освоения дисциплины:** сформировать способность использовать адекватные методы проектирования и управления проектами, в том числе способы организации эффективной работы проектной команды

**План курса:**

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Содержание тем (разделов)
Тема 1	Деловые коммуникации: что это такое?	Общение, его виды. Общение личное и массовое. Так ли мы говорим, как пишем? Монолог и диалог. Общение «глаза в глаза» и на расстоянии. Вербальная и невербальная коммуникация. Символы и передаваемые смыслы. Постулаты делового общения (правила «хорошего тона»). Коммуникативный акт: как передаётся и принимается сообщение. Модель «коммуникативного квадрата». Что влияет на эффективность сообщения?
Тема 2	Особенности воздействующего текста	Особенности воздействующего текста. Коммерческое предложение как универсальная модель воздействующего текста. Конкретизация предлагаемых продуктов или услуг. Сегментация аудитории, определение адресата коммерческого предложения. Алгоритм работы над коммерческим предложением. Проблема, возможность, провокация и имидж как четыре стимула процесса продаж. Коммерческое предложение и граничащие с ним жанры деловой переписки: партнерское предложение, спонсорское письмо и т. д.
Тема 3	Деловая переписка	Деловая переписка Документ. Реквизит. Виды деловой переписки. Деловое письмо. Жанры деловых писем: письмо-запрос, сообщение негативной информации, отказ, извинение и др. Структура делового письма. Стилистика деловой переписки: формальный, корпоративный и личный стиль – критерии выбора. Требования к оформлению деловых писем. Этикетная составляющая любого делового письма.
Тема 4	Техника спора	Техника спора. Доказательство. Тезис в доказательстве. Аргументы логические и психологические. Аргументы сильные и слабые. Виды аргументации. Вывод в аргументации. Критерии выбора аргументов. Уловки в споре. Полемика и дискуссия как два типа спора. Этапы

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Содержание тем (разделов)
		дискуссии. Модерирование дискуссии. Дебаты с оппонентами. Особенности дебатов с оппонентами как формы коммуникации. Участники дебатов. Ведущий дебатов. Тема дебатов. Подготовка к дебатам. Проведение дебатов. Правила участия в дебатах. Критика в дебатах. Принципы конструктивной критики.
Тема 5	Переговоры как коммуникативный процесс	Проведение переговоров с партнерами Переговоры как коммуникативный процесс. Предмет переговоров. Подготовительный этап переговорного процесса. Информационно-аналитическая проработка основного содержания. Формулировка позиции. Прогноз и анализ возможных вариантов переговоров. Решение организационных вопросов. Место проведения. Состав делегации. Различные подходы к проведению переговоров. Позиционные переговоры. Принципиальные переговоры. Дискуссионный (коммуникативный) этап переговорного процесса. Представление сторон друг другу. Размещение участников переговоров. Изложение проблем и целей, уточнение позиций сторон. Дискуссия, обсуждение и согласование интересов. Система аргументов. Противостояние психологическому давлению со стороны партнера. Подведение итогов и принятие решений. Оценка эффективности переговоров.
Тема 6	Выступление перед аудиторией	Выступление перед аудиторией Выступление перед аудиторией как коммуникативный процесс. Какими бывают публичные речи? «Строим» речь! С чего начать и чем закончить? «Закон края». Ошибки в построении речи. Модель текста выступления. Форматы выступлений в общественно-политической сфере. Характерные особенности политических речей. Выступление на деловом совещании. Регламент. Подготовка к выступлению. Обратная связь. Управление вниманием. Приёмы привлечения внимания. Активизация слушателей.
Тема 7	Подготовка и проведение презентации	Подготовка и проведение презентации. Эффективная презентация. Определение цели презентации. Алгоритм процесса подготовки презентации. Анализ места проведения презентации. Структура презентации. Специфика визуального ряда презентации. Фокус, контраст и динамика как основные законы подготовки и проведения презентации.
Тема 8	Общение со СМИ	Общение со СМИ Формирование медиасвязей. Некоторые правила взаимодействия с журналистами. Как написать и донести до журналиста пресс-релиз. Другие тексты для освещения проекта в прессе. Мероприятия для прессы. Особенности интервью различным СМИ. Корпоративные СМИ.
Тема 9	Интернет как средство деловой коммуникации	Интернет как средство деловой коммуникации Организация корпоративных коммуникаций в сети Интернет. Корпоративный сайт: основные правила

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Содержание тем (разделов)
	Организация корпоративных коммуникаций в сети Интернет	создания. Осознание проблемы. Цели и задачи сайта. Целевая аудитория. Структура и навигация. Визуальный ряд сайта. Выбор разработчиков сайта и составление технического задания. Наполнение сайта контентом. Пресс-центр на сайте. Новости на сайте, ньюз-релиз. Оценка результата. Корпоративный блог. Работа с социальной сетью.

#### **Формы текущего контроля и промежуточной аттестации:**

В ходе реализации дисциплины используются следующие методы текущего контроля и успеваемости обучающихся:

– при проведении занятий семинарского типа: опрос, дискуссия, контрольная работа.

Промежуточная аттестация проводится в форме зачета.

#### **Основная литература:**

1. Кузнецов И. Н. Бизнес-риторика. М., ИТК «Дашков и К», 2015.

<http://www.iprbookshop.ru/10908.html>