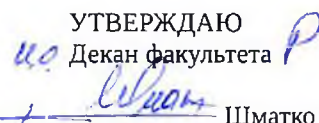


УТВЕРЖДАЮ  
и.о. Декан факультета   
Шматко А. Д.  
(подпись) ФИО  
« 31 » 05 2022

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ ДЕЛОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ

|   |  |
|---|--|
| Направление/специальность<br>подготовки       | 38.03.01 Экономика<br>38.03.05 Бизнес-информатика  |
| Специализация/профиль/программа<br>подготовки | Экономика предприятий и организаций<br>Управление технологиями искусственного интеллекта |
| Уровень высшего образования                   | Бакалавриат  |
| Форма обучения                                | Очно-заочная   |
| Факультет                                     | Р Международного промышленного менеджмента и коммуникации                                |
| Выпускающая кафедра                           | Р4 ЭКОНОМИКА, ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ<br>ПРОИЗВОДСТВОМ<br>Р1 МЕНЕДЖМЕНТ ОРГАНИЗАЦИИ     |
| Кафедра-разработчик рабочей<br>программы      | Р1 МЕНЕДЖМЕНТ ОРГАНИЗАЦИИ  |

| КУРС | СЕМЕСТР | ОБЩАЯ ТРУДОЁМКОСТЬ<br>(ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦ) | ЧАСЫ (по наличию видов занятий) |                    |        |                           |                         |                        |                 |                 |                               | ВИД ПРОМЕЖУТОЧНОГО<br>КОНТРОЛЯ |
|------|---------|---|---------------------------------|--------------------|--------|---------------------------|-------------------------|------------------------|-----------------|-----------------|-------------------------------|--------------------------------|
|      |         |   | ОБЩАЯ ТРУДОЁМКОСТЬ              | АУДИТОРНЫЕ ЗАНЯТИЯ |        |                           |                         | САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА |                 |                 |                               |                                |
|      |         |   |                                 | ВСЕГО              | ЛЕКЦИИ | ЛАБОРАТОРНЫЙ<br>ПРАКТИКУМ | ПРАКТИЧЕСКИЕ<br>ЗАНЯТИЯ | ВСЕГО                  | КУРСОВОЙ ПРОЕКТ | КУРСОВАЯ РАБОТА | ДРУГИЕ ВИДЫ<br>САМОСТ. РАБОТЫ |                                |
| 2    | 3       | 3                                       | 108                             | 34                 | 17     | 0                         | 17                      | 74                     | 0               | 0               | 74                            | зач.                           |

## ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЯ

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА СОСТАВЛЕНА В СООТВЕТСТВИИ С ТРЕБОВАНИЯМИ ФЕДЕРАЛЬНОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО СТАНДАРТА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ (ФГОС ВО)

38.03.01 Экономика  
38.03.05 Бизнес-информатика

год набора группы: 2022

Программу составил:

Кафедра Р1 МЕНЕДЖМЕНТ ОРГАНИЗАЦИИ  
Миловзорова Мария Николаевна, к.филос.н., доцент



Программа рассмотрена  
на заседании кафедры-разработчика  
рабочей программы **Р1 МЕНЕДЖМЕНТ ОРГАНИЗАЦИИ**

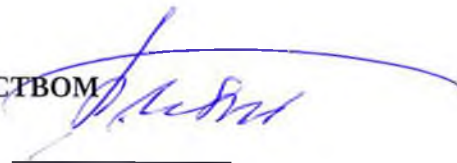
Заведующий кафедрой Шматко А.Д., д.э.н., проф.



Программа рассмотрена  
на заседании выпускающих кафедр

**Р4 ЭКОНОМИКА, ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ ПРОИЗВОДСТВОМ**

Заведующий кафедрой Ивченко Б.П., д.т.н., проф.



**Р1 МЕНЕДЖМЕНТ ОРГАНИЗАЦИИ**

Заведующий кафедрой Шматко А.Д., д.э.н., проф.



## **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ ДЕЛОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ**

### **Разделы рабочей программы**

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ
2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП ВО
3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ
4. ФОРМЫ КОНТРОЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ
5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ
6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### **Приложения к рабочей программе дисциплины**

- Приложение 1. Аннотация рабочей программы
- Приложение 2. Технологии и формы обучения
- Приложение 3. Фонды оценочных средств

## 1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины является формирование следующих компетенций:

|                  |  |
|------------------|--|
| 38.03.05<br>(P1) | ОПК-5 — способен организовывать взаимодействие с клиентами и партнерами в процессе решения задач управления жизненным циклом информационных систем и информационно-коммуникационных технологий |
| 38.03.01<br>(P4) | УК-3 — способность осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде  |
| 38.03.01<br>(P4) | УК-4 — способность осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)                                    |
| 38.03.05<br>(P1) | УК-4 — способность осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)                                    |

Формированию компетенций служит достижение следующих результатов образования:

### **ОПК-5 (38.03.05, P1)**

*знания:*

особенности коммуникативного взаимодействия с клиентами и партнерами в условиях цифровизации;

*умения:*

наблюдение и анализ влияния фактора цифровизации на коммуникативное взаимодействие с клиентами и партнерами;

*навыки:*

взаимодействие с клиентами и партнерами в цифровой среде.

### **УК-3 (38.03.01, P4)**

*знания:*

базовые принципы искусства эристики, логические и психологические методы убеждения;

*умения:*

наблюдение и анализ применения логических и психологических методов убеждения;

*навыки:*

владение базовыми принципами искусства эристики, логическими и психологическими методами убеждения.

### **УК-4 (38.03.01, P4)**

*знания:*

специфические особенности речевых коммуникаций в деловом общении;

*умения:*

наблюдение и анализ особенностей речевых коммуникаций в деловом общении;

*навыки:*

осуществление делового общения (публичные выступления, переговоры, проведение совещаний, деловая переписка, электронные коммуникации).

### **УК-4 (38.03.05, P1)**

*знания:*

специфические особенности речевых коммуникаций в деловом общении;

*умения:*

наблюдение и анализ особенностей речевых коммуникаций в деловом общении;

*навыки:*

осуществление делового общения (публичные выступления, переговоры, проведение совещаний, деловая переписка, электронные коммуникации).

## 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП ВО

Дисциплина **ДЕЛОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ** является дисциплиной **обязательной части блока 1** программы подготовки по направлениям: 38.03.01 Экономика, 38.03.05 Бизнес-информатика.

Содержание дисциплины является логическим продолжением дисциплин: **КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ, ВВЕДЕНИЕ В ПРОФЕССИОНАЛЬНУЮ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ.**

Содержание дисциплины является основой для освоения дисциплин: **МАРКЕТИНГ.**

Предварительные компетенции, сформированные у обучающегося до начала изучения дисциплины:

- ОПК-1 — Способен применять знания (на промежуточном уровне) экономической теории при решении прикладных задач
- УК-3 — Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде
- УК-6 — Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни

### 3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 з.е., 108 ч.

#### 3.1. Содержание (дидактика) дисциплины

| КУРС                | СЕМЕСТР | Наименование разделов и дидактических единиц   | ВСЕГО | Аудиторные занятия в контактной форме |        |                      | Самостоятельная работа студентов | Формируемая компетенция, % |                 |                 |                 |
|---------------------|---------|--|-------|---------------------------------------|--------|----------------------|----------------------------------|----------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|
|                     |         |  |       | ВСЕГО                                 | Лекции | Практические занятия |                                  | ОПК-5 (38.03.05)           | УК-3 (38.03.01) | УК-4 (38.03.01) | УК-4 (38.03.05) |
|                     |         |  |       |                                       |        |                      |                                  |                            |                 |                 |                 |
| 2                   | 3       | Раздел 1. Информация как ресурс управления. Теория коммуникации. 1.1.Значение коммуникации в управлении. 1.2. Особенности формирования внутренних и внешних информационных потоков в организации. 1.3. Эволюция теории коммуникации.               | 25    | 5                                     | 3      | 2                    | 20                               | 25                         | 25              | 25              | 25              |
| 2                   | 3       | Раздел 2. Массовые коммуникации в контексте маркетинговых коммуникаций. 2.1. Элементы системы маркетинговых коммуникаций. 2.2. Теории массовой коммуникации. 2.3. Модели массовой коммуникации.  | 23    | 8                                     | 4      | 4                    | 15                               | 25                         | 25              | 25              | 25              |
| 2                   | 3       | Раздел 3. Особенности делового этикета в межкультурных коммуникациях. 3.1. Этикет делового общения. 3.2. Модели сравнительного анализа менталитета представителей национальных культур. 3.3. Переговоры в управлении организационными конфликтами. | 22    | 7                                     | 4      | 3                    | 15                               | 25                         | 25              | 25              | 25              |
| 2                   | 3       | Раздел 4. Подготовка делового человека к публичным выступлениям. 4.1. Подготовка к информационной речи. 4.2. Подготовка к убеждающей речи. 4.3. Подготовка к дискуссии.  | 38    | 14                                    | 6      | 8                    | 24                               | 25                         | 25              | 25              | 25              |
| Всего за 3 семестр  |         |  | 108   | 34                                    | 17     | 17                   | 74                               | 100                        | 100             | 100             | 100             |
| Всего по дисциплине |         |  | 108   | 34                                    | 17     | 17                   | 74                               | 100                        | 100             | 100             | 100             |

#### 3.2. Аудиторный практикум

| №<br>п/п           | Номер и наименование раздела<br>дисциплины                                 | Тема практического занятия  | Объем,<br>ауд.<br>часов |
|--------------------|--|---|-------------------------|
| 1                  | Раздел 1. Информация как ресурс<br>управления. Теория коммуникации.        | Самопрезентация   | 2                       |
| 2                  | Раздел 2. Массовые коммуникации в<br>контексте маркетинговых коммуникаций. | Анализ текстов рекламных сообщений  | 4                       |
| 3                  | Раздел 3. Особенности делового этикета<br>в межкультурных коммуникациях.   | Особенности делового этикета в<br>межкультурных коммуникациях                     | 3                       |
| 4                  | Раздел 4. Подготовка делового человека<br>к публичным выступлениям.        | Подготовка делового человека к<br>публичным выступлениям.<br>Информационная речь. | 3                       |
| 5                  |  | Подготовка делового человека к<br>публичным выступлениям. Убеждающая<br>речь.     | 3                       |
| 6                  |  | Подготовка делового человека к<br>публичным выступлениям. Дискуссия.              | 2                       |
| Всего за 3 семестр |  |   | 17                      |

#### 3.3. Самостоятельная работа студента (СРС)

| № п/п | Номер и наименование раздела дисциплины                                 | Содержание учебного задания                                  | Объем, часов |
|-------|---|--|--------------|
| 1     | Раздел 1. Информация как ресурс управления. Теория коммуникации.        | Информация как ресурс управления. Теория коммуникации.       | 20           |
| 2     | Раздел 2. Массовые коммуникации в контексте маркетинговых коммуникаций. | Массовые коммуникации в контексте маркетинговых коммуникаций | 15           |

|                           |   |   |           |
|---------------------------|---|---|-----------|
| 3                         | Раздел 3. Особенности делового этикета в межкультурных коммуникациях. | Особенности делового этикета в межкультурных коммуникациях  | 15        |
| 4                         | Раздел 4. Подготовка делового человека к публичным выступлениям.      | Подготовка делового человека к публичным выступлениям. Информационная речь. Убеждающая речь. Дискуссия. | 24        |
| <b>Всего за 3 семестр</b> |   |   | <b>74</b> |

#### 4. ФОРМЫ КОНТРОЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

| СЕМЕСТР | НЕДЕЛИ СЕМЕСТРА |   |   |   |   |    |       |   |   |    |       |    |    |    |       |    |                 |
|---------|-----------------|---|---|---|---|----|-------|---|---|----|-------|----|----|----|-------|----|-----------------|
|         | 1               | 2 | 3 | 4 | 5 | 6  | 7     | 8 | 9 | 10 | 11    | 12 | 13 | 14 | 15    | 16 | 17              |
| 3       |                 |   |   |   |   | ДР | Задан |   |   | ДР | Задан |    |    |    | Задан | ДР | Вопр. Зач, зач. |

Условные обозначения:

- ДР – диагностическая работа;
- Задан – задание;
- Вопр. Зач – вопросы к зачету;
- зач. – зачет.

**Текущий контроль успеваемости** студентов проводится в дискретные временные интервалы в следующих формах:

- диагностическая работа;
- задание;
- вопросы к зачету.

**Промежуточная аттестация** проводится в формах:

- зачет.

## 5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 5.1. Основная литература по дисциплине:

1. А. А. Ивин. . Теория и практика аргументации. Москва: Юрайт, 2019, эл. рес.
2. В. В. Касьянов. . Социология массовой коммуникации. Москва: Юрайт, 2020, эл. рес.
3. Д. Н. Александров. . Логика. Риторика. Этика. Москва: Флинта, 2004, 99 экз.
4. М. Н. Миловзорова, Е. Н. Щёголев. . Управление межкультурными коммуникациями. СПб.БГТУ "ВОЕНМЕХ" им. Д. Ф. Устинова, 2021, 29 экз.
5. М. Ю. Коноваленко. . Деловые коммуникации. Москва: Юрайт, 2020, эл. рес.
6. О. С. Габинская, Н. В. Дмитриева. . Маркетинговые коммуникации. М.: Академия, 2010, 17 экз.

### 5.2. Дополнительная литература по дисциплине:

1. Р. Харрис. . Психология массовых коммуникаций. СПб.: прайм-ЕВРОЗНАК, 2003, 2 экз.
2. С. А. Варакута. . Связи с общественностью. М.: ИНФРА-М, 2010, 3 экз.
3. С. И. Поварнин. . Спор. О теории и практике спора. СПб.: Лань, 1986, 1 экз.
4. Ф. И. Шарков. . Имидж фирмы: технологии управления. М.: Академический Проект, 2006, 2 экз.

### 5.3. Периодические издания:

не требуются.

### 5.4. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины, электронные библиотечные системы:

1. <https://urait.ru/bcode/488401> Спивак, В. А. Деловые коммуникации. Теория и практика : учебник для вузов.

### Современные профессиональные базы данных:

1. <https://rusneb.ru> – Национальная электронная библиотека (НЭБ);
2. <https://cyberleninka.ru/> - Научная электронная библиотека «Киберленинка»;  
<http://www.rfbr.ru/rffi/ru/library> - Полнотекстовая электронная библиотека Российского фонда фундаментальных исследований.

### Информационные справочные системы:

1. Техэксперт – Информационный портал технического регулирования: Нормы, правила, стандарты РФ;
2. [http://library.voenmeh.ru/jirbis2/index.php?option=com\\_irbis&view=irbis&Itemid=457](http://library.voenmeh.ru/jirbis2/index.php?option=com_irbis&view=irbis&Itemid=457) - БД ГОСТов собственной генерации БГТУ "ВОЕНМЕХ" им. Д. Ф. Устинова;
3. <http://www.consultant.ru/>- КонсультантПлюс- информационный портал правовой информации.

### 5.5. Программное обеспечение:

1. Google Chrome;
2. Microsoft Office.

### 5.6. Информационные технологии:

взаимодействие с обучающимися посредством ЭИОС Moodle БГТУ «ВОЕНМЕХ» им. Д.Ф. Устинова.



## **6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **6.1. Лекционные занятия:**

специализированные требования по оборудованию отсутствуют; аудитория с посадочными местами по количеству студентов; доска.

### **6.2. Практические занятия:**

1. Проектор;
2. Google Chrome;
3. Microsoft Office.

### **6.3. Прочее:**

1. рабочее место преподавателя, оснащенное компьютером с доступом в Интернет;
2. рабочие места студентов, оснащенные компьютерами с доступом в Интернет, предназначенные для работы в электронной образовательной среде.

### Аннотация рабочей программы

Дисциплина **ДЕЛОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ** является дисциплиной **обязательной части блока 1** программы подготовки по направлениям: 38.03.01 Экономика, 38.03.05 Бизнес-информатика. Дисциплина реализуется на факультете Р Международного промышленного менеджмента и коммуникации БГТУ "ВОЕНМЕХ" им. Д.Ф. Устинова кафедрой Р1 МЕНЕДЖМЕНТ ОРГАНИЗАЦИИ.

Дисциплина нацелена на формирование *компетенций*:

ОПК-5 (38.03.05) способен организовывать взаимодействие с клиентами и партнерами в процессе решения задач управления жизненным циклом информационных систем и информационно-коммуникационных технологий;

УК-3 (38.03.01) способность осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде;

УК-4 (38.03.01) способность осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах);

УК-4 (38.03.05) способность осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах).

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с функциональным значением деловых коммуникаций в эффективном управлении поведением человека в организации; особенностями формирования внешних информационных потоков и внутренних информационных потоков в организации; видами деловых коммуникаций; особенностями межкультурных коммуникаций; элементами системы деловых коммуникаций, основными понятиями культуры речи и стилистики; базовыми принципами искусства эристики; функциями переговоров в управлении конфликтами в организации.

Программой дисциплины предусмотрены следующие **виды контроля**:

**Текущий контроль успеваемости** студентов проводится в дискретные временные интервалы в следующих формах:

- диагностическая работа;
- задание;
- вопросы к зачету.

**Промежуточная аттестация** проводится в формах:

- зачет.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 з.е., **108 ч.** Программой дисциплины предусмотрены лекционные занятия (**17 ч.**), практические занятия (**17 ч.**), самостоятельная работа студента (**74 ч.**).

## ТЕХНОЛОГИИ И ФОРМЫ ОБУЧЕНИЯ

### Рекомендации по освоению дисциплины для студента

Трудоемкость освоения дисциплины составляет 108 ч., из них 34 ч. аудиторных занятий, и 74 ч., отведенных на самостоятельную работу студента.

Рекомендации по распределению учебного времени по видам самостоятельной работы и разделам дисциплины приведены в таблице.

Контроль освоения дисциплины производится в соответствии с Положением о текущем, рубежном контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся.

Формы контроля и критерии оценивания приведены в приложении 3 к Рабочей программе.

| Наименование работы   | Рекомендуемая литература   | Трудоемкость, час. |
|---|--|--------------------|
| <b>Раздел 1. Информация как ресурс управления. Теория коммуникации.</b>                                 |  |                    |
| Информация как ресурс управления. Теория коммуникации.  | М. Ю. Коноваленко. . Деловые коммуникации: Москва: Юрайт, 2020 (1-3)<br>Ф. И. Шарков. . Имидж фирмы: технологии управления: М.: Академический Проект, 2006 (1-2)   | 20                 |
| Итого по разделу 1  |  | 20                 |
| <b>Раздел 2. Массовые коммуникации в контексте маркетинговых коммуникаций.</b>                          |  |                    |
| Массовые коммуникации в контексте маркетинговых коммуникаций  | С. А. Варакута. . Связи с общественностью: М.: ИНФРА-М, 2010 (1-3)<br>В. В. Касьянов. . Социология массовой коммуникации: Москва: Юрайт, 2020 (1-3)<br>Р. Харрис. . Психология массовых коммуникаций: СПб.: прайм-ЕВРОЗНАК, 2003 (1-4)<br>О. С. Габинская, Н. В. Дмитриева. . Маркетинговые коммуникации: М.: Академия, 2010 (1-3) | 15                 |
| Итого по разделу 2  |  | 15                 |
| <b>Раздел 3. Особенности делового этикета в межкультурных коммуникациях.</b>                            |  |                    |
| Особенности делового этикета в межкультурных коммуникациях  | М. Н. Миловзорова, Е. Н. Щёголев. . Управление межкультурными коммуникациями: СПб.БГТУ "ВОЕНМЕХ" им. Д. Ф. Устинова, 2021 (1-4)  | 15                 |
| Итого по разделу 3  |  | 15                 |
| <b>Раздел 4. Подготовка делового человека к публичным выступлениям.</b>                                 |  |                    |
| Подготовка делового человека к публичным выступлениям. Информационная речь. Убеждающая речь. Дискуссия. | С. И. Поварнин. . Спор. О теории и практике спора: СПб.: Лань, 1986 (1-4)<br>А. А. Ивин. . Теория и практика аргументации: Москва: Юрайт, 2019 (1-3)<br>Д. Н. Александров. . Логика. Риторика. Этика: Москва: Флинта, 2004 (1-3)   | 24                 |
| Итого по разделу 4  |  | 24                 |

## ФОНДЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Фонды оценочных средств, позволяющие оценить результаты обучения по данной дисциплине, включают в себя:

- диагностическая работа
- задание;
- вопросы к зачету;
- зачет.

### Критерии оценивания

#### Диагностическая работа

Диагностическая работа проводится в форме теста в ЭИОС Moodle:

- при правильном ответе менее чем на 60% вопросов - не аттестация;
- при правильном ответе на 60% вопросов и более - аттестация.

#### Задание

Задания готовятся с обязательной электронной презентацией.

выступление 1 - Информационная речь.

Темы информационных речей: 1. Информация как ресурс управления.

2. Процесс коммуникации. Элементы и этапы процесса коммуникации.

3. Преграды в межличностных коммуникациях

4. Бихевиористский подход в коммуникативной модели Г. Лассуэлла.

5. Искусство эристики. Типы споров и стратегии поведения их участников

6. Позитивный имидж организации в маркетинговой коммуникации. Компоненты структуры имиджа организации.

7. Эмоциональный интеллект как стратегический фактор развития организации.

8. Информационная технология «Окна Овертона» в контексте массовых коммуникаций.

9. Комплекс Marketing-mix.

10. Promotion-mix в системе управления внешними информационными потоками.

11. Законы формальной логики.

12. Теория информации: количественный подход (К.Шеннон, Р. Хартли, Л. Бриллюэн, И.Б.Новик и др.)

13. Теория информации: семантический подход (А.Харкевич, Р.Карнап, И.Бар-Хиллел, Н.Винер).

14. Теории массовой коммуникации (social learning, cultivation, agenda setting, used and gratifications).

15. Проблема конструирования социальной реальности.

16. Искусственный интеллект.

17. Нетократия.

18. Проблемы межкультурной коммуникации в транснациональных корпорациях

19. Переговоры в управлении конфликтами. Модель организационного конфликта Л. Понди.

выступление 2 - Убеждающая речь. Тезис убеждающей речи студент формулирует самостоятельно по своему выбору и согласует с преподавателем. Примеры тем убеждающих речей:

1. Человеку нужно научиться фильтровать информацию.

2. Интуитивное принятие решений эффективно.

3. Чтение книг необходимо для развития интеллекта.

4. Человек должен защищать Природу.

5. Умение слушать – профессиональный навык делового человека.

#### Вопросы к зачету

1. Информация как ресурс управления.

2. Процесс коммуникации. Элементы и этапы процесса коммуникации.

3. Преграды в межличностных коммуникациях

4. Бихевиористский подход в коммуникативной модели Г. Лассуэлла.

5. Искусство эристики. Типы споров и стратегии поведения их участников

6. Позитивный имидж организации в маркетинговой коммуникации. Компоненты структуры имиджа организации.

7. Эмоциональный интеллект как стратегический фактор развития организации.

8. Информационная технология «Окна Овертона» в контексте массовых коммуникаций.

9. Комплекс Marketing-mix.
10. Promotion-mix в системе управления внешними информационными потоками.
11. Законы формальной логики.
12. Теория информации: количественный подход (К.Шеннон, Р. Хартли, Л. Бриллюэн, И.Б.Новик и др.)
13. Теория информации: семантический подход (А.Харкевич, Р.Карнап, И.Бар-Хиллел, Н.Винер).
14. Теории массовой коммуникации (social learning, cultivation, agenda setting, used and gratifications).
15. Проблема конструирования социальной реальности.
16. Искусственный интеллект.
17. Нетократия.
18. Проблемы межкультурной коммуникации в транснациональных корпорациях
19. Переговоры в управлении конфликтами. Модель организационного конфликта Л. Понди.

#### **Зачет**

Обучающийся имеет право на получение минимальной положительной оценки при условии успешного прохождения текущего контроля успеваемости в форме диагностической работы в соответствии с графиком раздела 4.

--- ЗАЧТЕНО – студент корректно ориентируется в особенности формирования внешних информационных потоков и внутренних информационных потоков в организации; понимает функциональное значение деловых коммуникаций в эффективном управлении поведением человека в организации; ему знакомы виды деловых коммуникаций; ему известны особенности межкультурных коммуникаций; он может назвать элементы системы деловых коммуникаций, он владеет базовыми принципами искусства эристики; он знает функции переговоров в управлении конфликтами в организации.

--- НЕ ЗАЧТЕНО – студент не ориентируется в особенности формирования внешних информационных потоков и внутренних информационных потоков в организации; студент не понимает функциональное значение деловых коммуникаций в эффективном управлении поведением человека в организации; ему не знакомы виды деловых коммуникаций; ему неизвестны особенности межкультурных коммуникаций; он не может назвать элементы системы деловых коммуникаций, он не владеет базовыми принципами искусства эристики; он не знает функции переговоров в управлении конфликтами в организации.

Паспорт фонда оценочных средств

| КУРС                | СЕМЕСТР | Наименование разделов и дидактических единиц                            | ВСЕГО | Аудиторные занятия в контактной форме |        |                      | Самостоятельная работа студентов | Формируемая компетенция, % |                 |                 |                 | НАИМЕНОВАНИЕ ОЦЕНОЧНОГО СРЕДСТВА |
|---------------------|---------|---|-------|---------------------------------------|--------|----------------------|----------------------------------|----------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|----------------------------------|
|                     |         |   |       | ВСЕГО                                 | Лекции | Практические занятия |                                  | ОПК-5 (38.03.05)           | УК-3 (38.03.01) | УК-4 (38.03.01) | УК-4 (38.03.05) |                                  |
|                     |         |   |       |                                       |        |                      |                                  |                            |                 |                 |                 |                                  |
| 2                   | 3       | Раздел 1. Информация как ресурс управления. Теория коммуникации.        | 25    | 5                                     | 3      | 2                    | 20                               | 25                         | 25              | 25              | 25              | Вопросы к зачету, Задание        |
| 2                   | 3       | Раздел 2. Массовые коммуникации в контексте маркетинговых коммуникаций. | 23    | 8                                     | 4      | 4                    | 15                               | 25                         | 25              | 25              | 25              | Вопросы к зачету, Задание        |
| 2                   | 3       | Раздел 3. Особенности делового этикета в межкультурных коммуникациях.   | 22    | 7                                     | 4      | 3                    | 15                               | 25                         | 25              | 25              | 25              | Вопросы к зачету, Задание        |
| 2                   | 3       | Раздел 4. Подготовка делового человека к публичным выступлениям.        | 38    | 14                                    | 6      | 8                    | 24                               | 25                         | 25              | 25              | 25              | Вопросы к зачету, Задание        |
| Всего за 3 семестр  |         |   | 108   | 34                                    | 17     | 17                   | 74                               | 100                        | 100             | 100             | 100             |                                  |
| Всего по дисциплине |         |   | 108   | 34                                    | 17     | 17                   | 74                               | 100                        | 100             | 100             | 100             |                                  |