

УТВЕРЖДАЮ
 Декан факультета

_____ Шматко А.Д.

« ____ » _____ 20__

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ ДЕЛОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ

Направление/специальность подготовки	38.03.01 Экономика
Специализация/профиль/программа подготовки	Экономика предприятий и организаций
Уровень высшего образования	Бакалавриат
Форма обучения	Очная
Факультет	Р Международного промышленного менеджмента и коммуникации
Выпускающая кафедра	Р4 ЭКОНОМИКА, ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ ПРОИЗВОДСТВОМ
Кафедра-разработчик рабочей программы	Р1 МЕНЕДЖМЕНТ ОРГАНИЗАЦИИ

КУРС	СЕМЕСТР	ОБЩАЯ ТРУДОЁМКОСТЬ (ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦ)	ЧАСЫ (по наличию видов занятий)									ВИД ПРОМЕЖУТОЧНОГО КОНТРОЛЯ
			ОБЩАЯ ТРУДОЁМКОСТЬ	АУДИТОРНЫЕ ЗАНЯТИЯ				САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА				
				ВСЕГО	ЛЕКЦИИ	ЛАБОРАТОРНЫЙ ПРАКТИКУМ	ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАНЯТИЯ	ВСЕГО	КУРСОВОЙ ПРОЕКТ	КУРСОВАЯ РАБОТА	ДРУГИЕ ВИДЫ САМОСТ. РАБОТЫ	
1	2	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

год набора группы: 2025

Программу составили:

Кафедра Р1 МЕНЕДЖМЕНТ ОРГАНИЗАЦИИ

Миловзорова Мария Николаевна, к.филос.н., доцент, доцент

Кафедра Р1 МЕНЕДЖМЕНТ ОРГАНИЗАЦИИ

Щёголев Евгений Николаевич, к.полит.н., старший преподаватель

Программа рассмотрена

на заседании кафедры-разработчика

рабочей программы **Р1 МЕНЕДЖМЕНТ ОРГАНИЗАЦИИ**

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

Программа рассмотрена

на заседании выпускающей кафедры

Р4 ЭКОНОМИКА, ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ ПРОИЗВОДСТВОМ

Заведующий кафедрой Ивченко Б.П., д.т.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:

УК-3 — Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде

УК-4 — Способен 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:

УК-3

знания:

особенности коммуникативного взаимодействия с клиентами и партнерами в условиях цифровой трансформации взаимодействия;

умения:

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

навыки:

коммуникативное взаимодействие с клиентами и партнерами в цифровой среде.

УК-4

знания:

особенности формирования внешних информационных потоков и внутренних информационных потоков в организации;

умения:

наблюдение и анализ взаимосвязанных процессов, явлений и ситуаций, раскрывающих функциональное значение деловых коммуникаций в эффективном управлении поведением человека в организации;

навыки:

управление поведением человека в организации посредством эффективных коммуникаций.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП ВО

Дисциплина **ДЕЛОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ** является дисциплиной **обязательной части блока 1** программы подготовки по направлению *38.03.01 Экономика*.

Содержание дисциплины является логическим продолжением дисциплин: **КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ**.

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

Предварительные компетенции, сформированные у обучающегося до начала изучения дисциплины:

- УК-3 — Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде

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		УК-3	УК-4
1	2	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
1	2	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
1	2	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
1	2	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
Всего за 2 семестр			108	34	17	17	74	100	100
Всего по дисциплине			108	34	17	17	74	100	100

3.2. Аудиторный практикум

№ п/п	Номер и наименование раздела дисциплины	Тема практического занятия	Объем, ауд. часов
1	Раздел 1. Информация как ресурс управления. Теория коммуникации.	Самопрезентация	2
2	Раздел 2. Массовые коммуникации в контексте маркетинговых коммуникаций.	Анализ текстов рекламных сообщений	4
3	Раздел 3. Особенности делового этикета в межкультурных коммуникациях.	Особенности делового этикета в межкультурных коммуникациях	3
4	Раздел 4. Подготовка делового человека к публичным выступлениям.	Подготовка делового человека к публичным выступлениям. Информационная речь.	3
5		Подготовка делового человека к публичным выступлениям. Убеждающая речь.	3
6		Подготовка делового человека к публичным выступлениям. Дискуссия.	2
Всего за 2 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.	24

выступлениям.	Убеждающая речь. Дискуссия.	
Всего за 2 семестр		74

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
2						ДР	Задан			ДР		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 - 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. Microsoft Office;
2. Google Chrome.

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. Microsoft Office;
3. Google Chrome.

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 направлению *38.03.01 Экономика*. 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*:

УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде;
УК-4 Способен 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.
Раздел 1. Информация как ресурс управления. Теория коммуникации.		
Информация как ресурс управления. Теория коммуникации.	М. Ю. Коноваленко. . Деловые коммуникации: Москва: Юрайт, 2020 (1-3) Ф. И. Шарков. . Имидж фирмы: технологии управления: М.: Академический Проект, 2006 (1-2)	20
Итого по разделу 1		20
Раздел 2. Массовые коммуникации в контексте маркетинговых коммуникаций.		
Массовые коммуникации в контексте маркетинговых коммуникаций	В. В. Касьянов. . Социология массовой коммуникации: Москва: Юрайт, 2020 (1-3) Р. Харрис. . Психология массовых коммуникаций: СПб.: прайм-ЕВРОЗНАК, 2003 (1-4) С. А. Варакута. . Связи с общественностью: М.: ИНФРА-М, 2010 (1-3) О. С. Габинская, Н. В. Дмитриева. . Маркетинговые коммуникации: М.: Академия, 2010 (1-3)	15
Итого по разделу 2		15
Раздел 3. Особенности делового этикета в межкультурных коммуникациях.		
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
Раздел 4. Подготовка делового человека к публичным выступлениям.		
Подготовка делового человека к публичным выступлениям. Информационная речь. Убеждающая речь. Дискуссия.	Д. Н. Александров. . Логика. Риторика. Этика: Москва: Флинта, 2004 (1-3) А. А. Ивин. . Теория и практика аргументации: Москва: Юрайт, 2019 (1-3) С. И. Поварнин. . Спор. О теории и практике спора: СПб.: Лань, 1986 (1-4)	24
Итого по разделу 4		24

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Фонд 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

Максимальная общая сумма за семестр 100 баллов (включая баллы за посещаемость, за участие в научной работе и Диагностические работы).

Для получения оценки "зачтено" необходимо набрать не менее 60 баллов. Критерии оценивания зачета:

--- 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		УК-3	УК-4	
1	2	Раздел 1. Информация как ресурс управления. Теория коммуникации.	25	5	3	2	20	25	25	Вопросы к зачету, Задание
1	2	Раздел 2. Массовые коммуникации в контексте маркетинговых коммуникаций.	23	8	4	4	15	25	25	Вопросы к зачету, Задание
1	2	Раздел 3. Особенности делового этикета в межкультурных коммуникациях.	22	7	4	3	15	25	25	Вопросы к зачету, Задание
1	2	Раздел 4. Подготовка делового человека к публичным выступлениям.	38	14	6	8	24	25	25	Вопросы к зачету, Задание
Всего за 2 семестр			108	34	17	17	74	100	100	
Всего по дисциплине			108	34	17	17	74	100	100	

Оценочные материалы по дисциплине ДЕЛОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ

УК-3 - Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде

№ 1 Прочитайте текст и установите соответствие

Установите соответствие цитаты из книги Г. Форда «Моя жизнь. Мои достижения» и управленческого процесса

- | | | |
|----|--|--|
| 1. | «Многие изобретатели погорели из-за непонимания важности планирования» | А. Управление командой |
| 2. | «Любое дело, где работают более одного человека, есть партнёрство». | Б. Управление изменениями |
| 3. | «Люди не любят перемен, предложенных не ими самими». | В. Управление инновационными проектами |
| | | Г. Управление сбытом |

№ 2 Прочитайте текст и установите последовательность

Установите последовательность этапов в модели формирования организационной культуры В. Сате

1. Действия, поведение
2. Обоснование поведения
3. Система ценностей
4. Культура коммуникации

№ 3 Прочитайте текст и установите последовательность

Установите последовательность стадий, который проходит лидер в процессе сознательного регулирования своего поведения по направлению к достижению цели

1. Совершение волевых действий для достижения цели.
2. Постановка цели.
3. Выявление потребности
4. Оценка эффективности действий.
5. Осознание мотива
6. Выбор средств для достижения цели

№ 4 Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ

Почему руководитель стремится к достижению группового эффекта синергии?

№ 5 Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ

Какое значение играет эмоциональный интеллект в процессе профессионального общения?

№ 6 Прочитайте текст и установите соответствие

Установите соответствие термина и его описания

- | | | |
|----|---|---|
| 1. | технология, решающая проблему централизованного отслеживания движения документов в реальном времени | А. Диалоговые информационные технологии |
| 2. | процесс распространения информационной технологии, в котором участвуют независимые разработчики и потребители этой технологий | Б. Электронный документооборот |
| 3. | специальным образом организованная информация в электронном виде, хранящая систематизированную совокупность понятий, | В. Внешний трансферт |

правил и фактов, относящихся к некоторой предметной области

технологии, которые предоставляют пользователям неограниченную возможность взаимодействовать с хранящимися в системе информационными ресурсами в режиме реального времени, получая при этом всю необходимую информацию для решения функциональных задач и принятия решений

Г. База знаний

Д. Аналитическая панель

№ 7 Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа

В каком типе социальных групп возможно достижение эффекта синергии?

1. Структурированные
2. Референтные
3. Первичные
4. Вторичные

№ 8 Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа

Какое главное преимущество формирования команды как первичной социальной группы?

1. внедрение цифровых инструментов для взаимодействия
2. возможность динамического перераспределения функций
3. получение достоверных сведений о конкурентах

снижение расходов на рекламу

№ 9 Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа

Процесс радикальной трансформации взаимодействия людей во всех сферах общественной жизни, осуществление которой стало возможным на основе замены аналоговых (физических) систем сбора и обработки данных новыми технологическими системами, называют?

1. интеракцией
2. транзакцией
3. герметизацией
4. цифровизацией

№ 10 Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов

Какие стили поведения участников конфликта предпочтительны?

1. Соперничество
2. Приспособление
3. Избегание
4. Консенсус
5. Компромисс

№ 11 Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов

Что входит в закон эффекта Торндайка?

1. Из нескольких реакций индивида на одну и ту же ситуацию с большей вероятностью будут повторены те из них, которые сопровождаются позитивным подкреплением
2. Из нескольких реакций индивида на одну и ту же ситуацию с большей вероятностью будут повторены те из них, которые сопровождаются аверсивными стимулами
3. Поведению можно обучить.

Генетические характеристики влияют на поведение индивида

№ 12 Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов

Какие тезисы относятся к бихевиоризму?

1. Генетические характеристики влияют на поведение индивида
2. Психика индивида – *tabula rasa*
3. Человек осознанно выбирает линию своего поведения

В психике индивида отсутствует генетическая память

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

№ 1 Прочитайте текст и установите соответствие

Установите соответствие термина и его описания

- | | | |
|----|--|--------------------|
| 1. | искусство формирования собственного положительного имиджа и профессиональной репутации | A. Восприятие |
| 2. | определенная последовательность групп суждений, приводимых в подтверждение истинности другого суждения | Б. Самопрезентация |
| 3. | целостное отражение предметов, явлений, возникающее при непосредственном воздействии на органы чувств | В. Аргументация |
| | | Г. Деловой этикет |

№ 2 Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ

Зачем формируется информационный поток?

№ 3 Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ

Зачем нужна обратная связь?

№ 4 Прочитайте текст и установите соответствие

Установите соответствие термина и его описания

- | | | |
|----|--|--------------------------------|
| 1. | сведения, полностью снимающие или уменьшающие существующую до их получения неопределенность | A. Коммуникативная компетенция |
| 2. | владение навыками взаимодействия с окружающими людьми, умение работать в группе | Б. Информация |
| 3. | коммуникативная способность понимать и разделять переживания другого человека через глубокое эмоциональное сопереживание | В. Информационная компетенция |
| 4. | способность самостоятельно искать, анализировать, отбирать, обрабатывать и передавать необходимую информацию | Г. Эмпатия |
| | | Д. Креативная компетенция |

№ 5 Прочитайте текст и установите последовательность

Установите последовательность деловых переговоров:

1. Переговоры
2. Предварительные встречи
3. Определение повестки переговоров
4. Разработка предложений
5. Подписание соглашений

№ 6 Прочитайте текст и установите последовательность

Установите последовательность процесса коммуникации, по Г. Лассуэлу:

1. Каналы коммуникации (по каким каналам?)
2. Создатель контента (кто сообщает?)
3. Содержание контента (что сообщает?)
4. Эффект взаимодействия (с каким эффектом?)
5. Аудитория (кому сообщает?)

№ 7 Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа

Субъект управления в коммуникации – это:

1. элемент социальной системы, который создает информационные потоки и оказывает управленческое воздействие на другие элементы системы
2. элемент социальной системы, который потребляет информационные потоки;
3. любой элемент социальной системы;
4. элемент социальной системы, не включенный в процесс коммуникации

№ 8 Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа

Критерием эффективности деловых переговоров является:

1. конфиденциальность переговоров
2. вежливость партнера
3. достижение согласия
4. страх партнера
5. сообщение о переговорах в социальных сетях

№ 9 Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов

Ошибки, статусные различия, разные ценностные комплексы культур являются причинами:

1. адекватности восприятия информации
2. преград и шумов в коммуникации
3. консервации информации
4. декодирования информации
5. углубления конфликтности

№ 10 Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа

Каким методом аргументации владел Сократ?

1. Софистика.
2. Абдукция.
3. Дедукция
4. Индукция.

№ 11 Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов

Невербальные компоненты общения наиболее значимы

1. в процессе аргументирования;
2. в процессе обмена информацией;
3. в процессе разработки альтернатив для принятия решения
4. в процессе выхода из контакта
5. в процессе подведения итогов встречи;
6. в первые минуты знакомства

№ 12 Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов

Выберите, на какие типы культур подразделял культуры коммуникации Э. Холл:

1. Бюрократические культуры
2. Низкоконтекстные культуры
3. Клановые культуры
4. Высококонтекстные культуры
5. Адаптивные культуры.