

ДЕЛОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ

Аннотация

Цель освоения дисциплины: сформировать у будущих бакалавров комплекс теоретических знаний, умений и владений навыками, которые позволят им эффективно организовывать и осуществлять деловые коммуникации, необходимые для достижения целей и решения задач будущей социально-экономической деятельности.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 часа.

Содержание дисциплины. Общие аспекты теории коммуникации. Теоретические основы коммуникации. Соотношение понятий «коммуникация» и «общение»: различные подходы. Исторические этапы возникновения и развития коммуникации. Информация, информационный обмен. Коммуникативное пространство и коммуникативное время. Законы и категории, методы и функции теории коммуникации. Специфика законов теории коммуникации, их объективный и всеобщий характер. Условия информационного обмена в природе и обществе. Развитие средств коммуникации. Коммуникативные революции (возникновение письменности, изобретение печатного станка, внедрение электронных масс-медиа). Истоки и основные парадигмы теории коммуникации. Современные концепции коммуникации. Подходы к изучению коммуникации (Г.М. Маклюэн, К. Шеннон и др.). Основные методологические направления изучения коммуникации. Коммуникативная компетентность в системе профессиональной подготовки бакалавра. Коммуникативная культура. Возрастание роли коммуникативной компетентности в современных условиях.

Модели и структурные компоненты коммуникационного процесса. Коммуникационный процесс: производство информации, мультипликация, распространение, прием и использование информации. Различные подходы к моделированию коммуникативного пространства. Линейные и нелинейные модели коммуникации: модель Аристотеля, модель Лассуэлла, модель Шеннона-Уивера, модель Осгуда-Шрамма и др. Достоинства и недостатки различных моделей коммуникационного процесса. Структурные компоненты коммуникации. Коммуникатор (адресант), реципиент (адресат), сообщение (информация), код, канал, ситуация, реакция, как составные части коммуникативной цепи. Роль обратной связи. Влияние каждого звена на эффективность коммуникации. Аудитория коммуникации: объективные и субъективные характеристики. Коммуникативная личность.

Структура делового взаимодействия. Вербальные и невербальные деловые коммуникации. Вербальная деловая коммуникация: содержание и

структура. Место естественного языка среди других знаковых систем. Соотношение «языка» и «речи». Речевое общение как способ деловой коммуникации. Роль подтекста в деловом общении. Проблема адекватного восприятия информации. Умение говорить и слушать. Спор как разновидность коммуникации. Стратегия и тактика аргументации. Речевое воздействие письменной информации (чтение). Невербальная деловая коммуникация: сущностные особенности и структура (паралингвистика, экстралингвистика, мимика и взгляд, жесты, организация пространства, поза и походки, контакт глаз). Факторы, влияющие на интерпретацию невербальных сигналов в процессе коммуникации. Зоны и дистанции в деловой коммуникации. Организация пространственной среды в деловой коммуникации. Возможности вербального и невербального воздействия на аудиторию. Убеждение и внушение как способы воздействия.

Коммуникативные каналы: устная, письменная и электронная форма деловой коммуникации *Деловой разговор*: беседа, деловая встреча. Проведение собеседований как инструмент управления и взаимодействия. Интервью, его типы (оценочное, предоставление полномочий, инструктивное, консультирующее) и структура. Подготовка и проведение интервью. *Деловое совещание*: виды, формы организации участников, цели и ожидаемый результат. Критика – конструктивная форма принятия эффективного решения. *Переговоры*, торги, «круглые столы», их коммуникативная специфика. Технологии подведения партнёров к принятию решений. Специфика ведения переговоров с «трудными партнёрами». *Публичное выступление*. Специфические особенности речи: информационная, убеждающая, побуждающие речи. Страх публичного выступления и пути его преодоления. Механизмы и практические приёмы завоевания внимания аудитории. *Деловая полемика*: спор, дебаты, дискуссии, прения. Правила, возможные ошибки и тактические приёмы ведения. Управление пространством и временем. *Конференции, пресс-конференции и брифинги*, их специфика и многообразие видов. Международные конференции, семинары и организация выставок. Особенности подготовки и проведения. *Консультирование и телефонная коммуникация* Психологические и этические нормы телефонного разговора. Специфика восприятия и понимания телефонных переговоров. Речевые клише и сигналы успеха. Психологические и манипулятивные техники телефонной коммуникации. Правила нейтрализации манипуляций. *Культура делового письма*. Обращения к интеллекту и личности партнёра. Принципы письменных коммуникаций и характерные особенности делового стиля. Деловые письма, служебные записки, отчёты и предложения, инструкции и другая деловая письменная коммуникация. Конструирование документов и их оформление. *Презентации*: презентация как форма, презентации коммерческих предложений и самопрезентации, цели и задачи, психологические приёмы и коммуникативные технологии проведения. Визуальная поддержка презентаций. Использование новых информационных технологий. Вопросы и ответы в презентациях. *Электронная коммуникация*.

Конспект электронного сообщения. Принципы организации Интернет-порталов.

Уровни деловой коммуникационной деятельности. Межличностная деловая коммуникация. Понятие коммуникативного стиля. Коммуникативные стили по А.Адлеру, К. Хорни, Джозефа Лурфа и Харри Ингхэма («окно Джохари»). Продуктивные (партнерство, содружество) и непродуктивные (доминирование, манипуляция, соперничество) стили взаимодействия. Стратегия продуктивных стилей взаимодействия (механизмы взаимопонимания, децентрации, эмпатии, точности и ясности в выражении потребностей, чувств, эмоций, искренности). Коммуникативные роли в межличностной деловой коммуникации. Модель управленческих коммуникаций. Механизмы и условия, обеспечивающие эффективность межличностной коммуникации.

Групповая деловая коммуникация. Коммуникации в группе: понятие, виды и функции. Групповая коммуникация: внутри группы, между группами, между индивидом и группой. Размер групп: малые, средние, большие. Цель коммуникации в малых и в больших группах. Характер формального, неформального, интерактивного взаимодействия в группах. Стратегии и тактики взаимодействия. Формы групповой деловой коммуникации.

Организационные деловые коммуникации их структура. Коммуникативная структура организации. Внешние и внутренние (вертикальные и горизонтальные) деловые коммуникации. Основные принципы коммуникативной структуры организации. Деловая коммуникационная политика организации. Типология коммуникационных сетей в организации. Структура и виды коммуникативных сетей: цепочная, звездная, иерархическая, многосвязная, веерная круговая. Типы взаимодействия персонала в организации. Служебное деловое общение. Правила служебных взаимоотношений. Конфликты в организации: структура, динамика, типология. Причины конфликтов. Стратегии поведения в конфликтных ситуациях. Индивидуальные стили разрешения конфликтов. Методы и средства разрешения и урегулирования конфликтов. Понятие корпоративная культура.

Межкультурные особенности деловых коммуникаций. Этические основы деловых коммуникаций, различные подходы к определению этничности. Зарубежные партнеры как коммуникаторы. Международная деловая переписка и её виды. Требования стандартов международной деловой переписки и правила оформления корреспонденции. Влияние различных факторов на стиль деловой переписки. Подготовка к переговорам. Протокол перед деловой встречей: проверка благонадежности, состав делегации, программа встречи, встреча делегации, помещение для переговоров. Стили и культура деловых переговоров. Необходимость знания своего партнера. Дипломатический протокол на переговорах: тональность переговоров, модель переговоров, создание благоприятной атмосферы, члены переговоров, результат переговоров. Межкультурный деловой этикет

Маркетинговые и имиджевые деловые коммуникации. Маркетинговые

коммуникации: состав, выбор, организация, оценка эффективности. Реклама как эффективная деловая коммуникация, выбор её форм и методов осуществления. Содержание коммуникативно-сбытовой деятельности. Функции и коммуникативные аспекты публичных рилейшнз. Понятие имидж. Имидж организации: планирование, формирование, продвижение. Особенности коммуникативного воздействия. Имидж и образ. Типология имиджей. Внутренний и внешний имидж организации. Особенности индивидуального имиджа. Деловая одежда и её роль в деловых коммуникациях. Визитная карточка делового человека. Роль маркетинговых коммуникаций в эффективном позиционировании организации.

Эффективность как оценочная категория деловой коммуникации. Коммуникационные барьеры. Понятия эффективность и эффект. Эффекты деловой коммуникации: увеличение сбыта, приток инвестиций, улучшение внешнего финансирования, повышение внутреннего и внешнего имиджа организации, улучшение отношений с партнерами и конкурентами и др. Затраты на деловую коммуникацию. Денежные затраты на изучение аудиторий, поиск и выделение из состава аудиторий наиболее коммуникабельных групп, мониторинг коммуникационных потребностей и социальных настроений, изучение влияния на целевую аудиторию и конкурирующих коммуникаторов, покупку эфирного времени и газетных площадей, оставление сообщений, материально-технические средства коммуникации. Барьеры деловой коммуникации и пути их преодоления: технические, межъязыковые, социальные, психологические. Влияние составных частей и конфигурации коммуникативной цепи на эффективность коммуникации. Факторы повышения эффективности межличностной, групповой и организационной деловой коммуникации. Совместимость деловых партнеров как коммуникативных личностей, адекватное восприятие смысловой и оценочной информации, воздействие через убеждение.

Основная литература

1. *Василик М.А.* Основы теории коммуникации: учебное пособие/М.А. Василик. – М.: Гардарики, 2007.
2. *Денни Р.* Есть контакт: приемы деловых коммуникаций / Р. Денни. – СПб.: Питер, 2008.
3. *Кривокора Е.И.* Деловые коммуникации учебное пособие/ Е.И. Кривокора. – М.: ИНФРА-М, 2010.
4. *Лейхифф Дж.М., Пенроуз Дж.М.* Бизнес-коммуникации. – СПб.: Питер, 2008.
5. *Самыгин С.И.* Коммуникация в организации / С.И. Самыгин, Л.Д. Столяренко // Психология управления: учебное пособие. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2007.
6. *Щетинина Е.Д.* Маркетинговые коммуникации: учебное пособие/ Е.Д. Щетинина, М.С. Старикова. – Белгород: Изд-во БГТУ, 2008.

Дополнительная литература

1. *Веснин В.Р.* Внутренние коммуникации // Менеджмент / В.Р. Веснин. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: ТЛ Велби, изд-во Проспект, 2010.
2. *Горанчук В.В.* Психология делового общения и управленческих воздействий: Теория и практика: учебное пособие / В.В. Горанчук. – СПб.: Изд. дом «Нева»: М.: ОЛМА-ПРЕСС, 2008.
3. *Казаринова Н.В., Погольша В.М.* Межличностная коммуникация: учебное пособие. – СПб.: Питер, 2009.
4. *Карпов А.В.* Коммуникативные процессы в управленческой деятельности / А.В. Карпов // Психология менеджмента: учебное пособие. – М.: Гардарики, 2010.
5. *Котлер Ф.* Разработка и управление интегрированными маркетинговыми коммуникациями // Маркетинг менеджмент / Ф. Котлер; пер. с англ. Ю.Н. Каптуревского. – СПб.: Питер, 2008.
6. *Садохин А.П.* Теория и практика межкультурной коммуникации: учебное пособие / А.П. Садохин. – М.: ИНФРА-М, 2009.
7. *Крэнделл Р.* Профессиональное общение / Р. Крэнделл; пер. с англ. К. Ткаченко // 1001 способ успешного маркетинга. – М.: ФАИР-ПРЕСС, 2010.
8. *Почепцов Г.* Коммуникативное пространство как сфера действия PR / Г. Почепцов // Паблик рилейшнз для профессионалов. – М.: Рефл-бук; Ваклер, 2006.
9. *Щетинина Е.Д.* Интегрированные маркетинговые коммуникации: монография / Е.Д. Щетинина, Н.В. Козлова, М.С. Старикова и др. – Белгород: Из-во БГТУ, 2008.

Справочная и нормативная литература

1. Федеральный закон «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации». От 18 октября 2007г. №230 - ФЗ
2. Гражданский кодекс Российской Федерации, полный текст (часть первая и часть вторая).
3. Федеральный Закон РФ «О рекламе» от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ // М.: «Эксмо», 2010.

Интернет ресурсы

1. www.russcomm.ru – Российская коммуникативная ассоциация (РКА)
2. www.old.minsvyaz.ru – Министерство информационных технологий и связи РФ
3. www.ecsocman.edu.ru – Федеральный образовательный портал «Экономика. Социология. Менеджмент» (информация по массовой, политической, деловой коммуникации и образованию)
4. www.md-marketing.ru – информационный портал о маркетинге

5. www.triz-ri.ru – система «Триз-шанс»: методики и технологии рекламы, PR, маркетинга и бизнеса
6. www.polit-hub.spb.ru – портал по политической коммуникации «Коммутатор»
7. www.modetel.ru – аналитические обзоры в области телекоммуникаций
8. www.telecomru.ru – телекоммуникации России (новости, обзор и исследование рынка телекоммуникаций)
9. www.mis.ru – МИС-Информ еженедельные новости рынка коммуникаций
10. www.cfin.ru – корпоративный менеджмент, теория и практика