

Утверждено приказом ГОУ ВПО ДонГУУ от 23.08.2016г. №675

ДОНЕЦКАЯ НАРОДНАЯ РЕСПУБЛИКА
МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ДОНЕЦКАЯ АКАДЕМИЯ УПРАВЛЕНИЯ И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ
ПРИ ГЛАВЕ ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ»

ФАКУЛЬТЕТ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ И МЕЖДУНАРОДНОГО БИЗНЕСА
КАФЕДРА МЕНЕДЖМЕНТА ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе

Л. Н. Костина

Л. Н. Костина
20. 06 .2017 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

«Эффективные бизнес-коммуникации (на англ. яз.)»

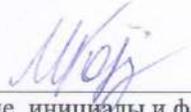
Направление подготовки 38.04.02 «Менеджмент»

Магистерская программа «Стратегическое управление в международном бизнесе», «Международный менеджмент»

Донецк
2017

Рабочая программа учебной дисциплины «Эффективные бизнес-коммуникации (на англ. яз.)» для студентов 2 курса образовательного уровня «магистр» направления подготовки 38.04.02 «Менеджмент» (магистерские программы «Стратегическое управление в международном бизнесе», «Международный менеджмент») очной/заочной формы обучения

Автор(ы),

разработчик(и): доцент, к.э.н. М.В. Гончарова 
должность, ученая степень, ученое звание, инициалы и фамилия

Программа рассмотрена на заседании ПМК кафедры,

«Менеджмент внешнеэкономической деятельности»

Протокол заседания ПМК от

30.05.2017 г.

№

11

дата

Председатель ПМК


(подпись)

Е.И. Кулик
(инициалы, фамилия)

Программа рассмотрена на заседании кафедры

«Менеджмент внешнеэкономической деятельности»

Протокол заседания кафедры от

09.06.2017 г.

№

16

дата

Заведующий кафедрой


(подпись)

И.Ю. Беганская
(инициалы, фамилия)

1. Цель освоения дисциплины и планируемые результаты обучения по дисциплине (соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы)

Цель изучения дисциплины - формирование у студентов знания современных методов и приемов приобретения, развития и совершенствования навыков и технологий эффективных коммуникаций, менеджмента бизнес - коммуникаций, организации делового взаимодействия, этики и культуры делового общения, системы маркетинговых коммуникаций.

Основные задачи учебной дисциплины:

- освоение основных моделей и базовой терминологии коммуникации.
- практическое применение теоретических основ в прикладных областях речевой, невербальной, компьютерной, межкультурной и межличностной коммуникации.
- изучение особенностей процессов коммуникации в деловой сфере.
- понимание современного состояния и тенденций развития теории и практики коммуникации как элемента коммуникативной культуры общества в целом и бизнеса в частности.

В результате изучения дисциплины студенты должны:

знать:

- природу и сущность деловых отношений;
- формы и виды коммуникаций в деловой сфере;

уметь:

- выявить эффективные стратегии;
- применять различные формы деловых коммуникаций;

владеть:

- самостоятельного овладения новыми знаниями в области техники деловых коммуникации;
- методами вербального и невербального общения.

Код соответствующей компетенции по ГОС	Наименование компетенций	Результат освоения (знать, уметь, владеть)
ОК-1	Способность усваивать и реализовывать научные и культурные достижения мировой цивилизации	<i>Знать:</i> Основы делового общения, принципы и методы организации деловых коммуникаций Основные теории и концепции взаимодействия людей в организации, включая вопросы коммуникаций и управления конфликтами
		<i>Уметь:</i> Анализировать коммуникационные процессы в организации и разрабатывать предложения по повышению их эффективности Организовывать переговорный процесс, в том числе с использованием современных средств коммуникации
		<i>Владеть:</i> Навыками деловых коммуникаций Современными технологиями эффективного влияния на индивидуальное и групповое поведение в организации Методами формирования и поддержания этичного климата в организации
ОПК-1	Способность	<i>Знать:</i>

	<p>формировать альтернативные направления развития организационных систем</p>	<p>Закономерности развития общества и мышления Природу коммуникативного процесса Правила работы в коллективе</p> <p><i>Уметь:</i> Проводить диагностику команд ной роли делового партнёра и анализ ситуаций межличностного взаимодействия Правильно выбирать нужную форму общения с учётом роли поведения в команде, ситуации взаимодействия</p> <p><i>Владеть:</i> Навыками работы в коллективе Методами кооперации</p>
ОПК-4	<p>Способность самостоятельно принимать решение и нести ответственность за их реализацию</p>	<p><i>Знать:</i> сущность коммуникативного процесса с точки зрения эффективности функционирования бизнес - среды, содержание организационных коммуникаций и основные направления совершенствования организационных приемов в бизнес-коммуникациях.</p> <p><i>Уметь:</i> выявить эффективные стратегии; применять различные формы деловых коммуникаций; учитывать основные направления совершенствования хозяйственного механизма управления и совершенствования менеджмента организации на основе использования современных бизнес-коммуникаций.</p> <p><i>Владеть:</i> самостоятельного овладения новыми знаниями в области техники деловых коммуникации; навыками практического применения теоретических основ в прикладных областях речевой, невербальной, компьютерной, межкультурной и межличностной коммуникации, как элемента коммуникативной культуры общества в целом и бизнеса в частности.</p>
ПК-2	<p>Способность оценивать степень влияния внутренней среды на функционирование предприятия, организации</p>	<p><i>Знать:</i> Основы делового общения, принципы и методы организации деловых коммуникаций Основные теории и концепции взаимодействия людей в организации, включая вопросы коммуникаций и управления конфликтами</p> <p><i>Уметь:</i> Анализировать коммуникационные процессы в организации и разрабатывать предложения по повышению их эффективности Организовывать переговорный процесс, в том числе с использованием современных средств коммуникации</p> <p><i>Владеть:</i> Навыками деловых коммуникаций Современными технологиями эффективного влияния на индивидуальное и групповое пове-</p>

		дение в организации Методами формирования и поддержания этичного климата в организации
--	--	--

2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы

Дисциплина «Эффективные бизнес-коммуникации» относится к вариативной части профессионального цикла учебного плана образовательного уровня «магистр» направления подготовки 38.04.02 «Менеджмент», магистерских программ «Международный менеджмент», «Стратегическое управление в международном бизнесе». Курс помогает понять особенности процессов коммуникации в деловой сфере, а так же современное состояние и тенденции развития теории и практики коммуникации как элемента коммуникативной культуры общества в целом и бизнеса в частности.

По курсу «Эффективные бизнес-коммуникации» предусмотрены лекции (34 часа), практические занятия (34 часа). На самостоятельное изучение отводит 112 часов.

2.1. Требования к предварительной подготовке обучающегося

Изучению «Эффективные бизнес-коммуникации» предшествует овладение теоретическими аспектами: «Основы менеджмента», «Психология», «Социология», «Экономика», «История управленческой мысли», «Кросскультурный менеджмент». Приступая к изучению дисциплины «Эффективные бизнес-коммуникации», студент должен знать основы маркетинга.

2.2. Дисциплины и/или практики, для которых освоение данной дисциплины необходимо как предшествующее:

Знания, умения и навыки, полученные при изучении дисциплины «Эффективные бизнес-коммуникации», необходимы обучающимся для освоения компетенций, формируемых такими учебными дисциплинами как «Коммуникационные процессы в международном менеджменте», «Презентация проекта/ компьютерные технологии в менеджменте», могут быть использованы при подготовке написания отчетов по преддипломной и научно-исследовательской практик, а также при подготовки написания магистерской диссертации.

3. Объем дисциплины в кредитах (зачетных единицах) с указанием количества академических часов, выделенных на аудиторную (по видам учебных занятий) и самостоятельную работу студента.

	Зачетные единицы (кредиты ECTS)	Всего часов		Форма обучения (вносятся данные по реализуемым формам)	
		О	З	Очная	Заочная
				Семестр №2,3	Семестр №2,3
Общая трудоемкость	5	180	180	Количество часов на вид работы:	
Виды учебной работы, из них:					
Аудиторные занятия (всего)				32/36	6/6
В том числе:					
Лекции				16/18	-
Семинарские занятия / Практические занятия				16/18	6/6
Самостоятельная работа (всего)				40/72	66/102

Промежуточная аттестация		
В том числе:		
зачет /экзамен	зачет/зачет	зачет/зачет

4. Содержание дисциплины, структурированное по разделам (темам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

4.1. Разделы (темы) дисциплины с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

Наименование раздела, темы дисциплины	Виды учебной работы (бюджет времени) (вносятся данные по реализуемым формам)									
	Очная форма обучения					Заочная форма обучения				
	Лекции	Практические занятия	Семинарские занятия	Самостоятельная работа	Всего	Лекции	Практические занятия	Семинарские занятия	Самостоятельная работа	Всего
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Раздел 1 Методологические основы коммуникаций										
Тема 1.1. Современные подходы к описанию процесса коммуникации	2	-	2	6	10	-	-	-	12	12
Тема 1.2. Коммуникативный процесс и эффективность бизнес среды	4	-	4	8	16	-	-	2	10	12
Тема 1.3. Менеджмент бизнес-коммуникаций: основные понятия, виды и принципы организации	4	-	4	6	14	-	-	2	10	12
Итоги по разделу	10	-	10	18	40	-	-	4	32	36
Раздел 2. Коммуникационный менеджмент										
Тема 2.1. Маркетинговые коммуникации и исследования рынка	2	-	2	8	12	-	-	-	10	10
Тема 2.2. Механизмы управления коммуникациями	2	-	2	6	10	-	-	2	12	14
Тема 2.3.	2	-	2	6	10	-	-	-	12	12

Наименование раздела, темы дисциплины	Виды учебной работы (бюджет времени) (вносятся данные по реализуемым формам)									
	Очная форма обучения					Заочная форма обучения				
	Лекции	Практические занятия	Семинарские занятия	Самостоятельная работа	Всего	Лекции	Практические занятия	Семинарские занятия	Самостоятельная работа	Всего
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Особенности управления информационными потоками внутри фирмы										
Итоги по разделу	6	-	6	20	32	-	-	2	34	36
Всего за семестр:	16	-	16	40	72	-	-	6	66	72
Раздел 3 Управление коммуникациями. Информационные связи										
Тема 3.1. Управление коммуникациями проектами. Информационные связи	2	-	2	8	12	-	-	-	12	12
Тема 3.2. Интегрированные информационные системы поддержки принятия решений	2	-	2	10	14	-	-	2	16	18
Итоги по разделу	4	-	4	18	26	-	-	2	28	30
Раздел 4 Особенности коммуникаций в проектах										
Тема 4.1. Коммуникации при организации управления проектами	4	-	4	10	18	-	-	2	14	16
Тема 4.2. Коммуникации в проектных командах	2	-	2	8	12	-	-	-	12	12
Тема 4.3. Кризисные ситуации при коммуникациях в проектах	2	-	2	8	12	-	-	-	12	12
Итоги по разделу	8	-	8	26	42	-	-	2	38	40
Раздел 5 Коммуникационные рычаги в управлении проектами										
Тема 5.1. Искусство риторики	2	-	2	10	14	-	-	-	12	12
Тема 5.2. Место PR	2	-	2	10	14	-	-	-	12	12

Наименование раздела, темы дисциплины	Виды учебной работы (бюджет времени) (вносятся данные по реализуемым формам)									
	Очная форма обучения					Заочная форма обучения				
	Лекции	Практические занятия	Семинарские занятия	Самостоятельная работа	Всего	Лекции	Практические занятия	Семинарские занятия	Самостоятельная работа	Всего
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
при управлении коммуникациями в проектах										
Тема 5.3. Коммуникации в международных проектах	2	-	2	8	12	-	-	2	12	14
Итоги по разделу	6	-	6	28	40	-	-	2	36	38
Всего за семестр:	18	-	18	72	108	-	-	6	102	108
Всего	34	-	34	112	180	-	-	12	168	180

4.2. Содержание разделов дисциплины:

Таблица 4.2.

Наименование раздела, темы дисциплины	Содержание разделов дисциплины	Содержание семинарских занятий		
				Кол-во часов
		о	з	
1	2	3	4	5
Раздел 1 Методологические основы коммуникаций				
Тема 1.1. Современные подходы к описанию процесса коммуникации	Коммуникация как часть общения. Теория речевых актов. Коммуникативный анализ ситуации. Основные цели осуществления коммуникации в коллективе. Пирамида коммуникаций. Стили управления коллективом. Применение менеджером принципов управления. Понятия «стиль руководства» и «ориентация руководителя». Коммуникативная подсистема как элемент системы управления. Понятие «коммуникация». Коммуникация в системе управления. Определение органов государственного и муниципального управления с позиции теории социального взаимодействия. Структура коммуникативного процесса. Виды коммуникаций.	Семинарское занятие №1	2	-
		1. Понятие коммуникации 2. Коммуникативное взаимодействие субъекта и объекта управления 3. Место коммуникаций в системе управления	2	
Тема 1.2.	Перемещение информации внутри	Семинарские занятия	4	2

Наименование раздела, темы дисциплины	Содержание разделов дисциплины	Содержание семинарских занятий		
			Кол-во часов	
			0	3
1	2	3	4	5
Коммуникативный процесс и эффективность в бизнес-среде	организации по нисходящей и восходящей. Горизонтальные коммуникации. Применение психологических методик в процессе современного управления. Коммуникативные сети. Модель внутрикоммуникативных сетей. Создание сетевых структур в бизнесе. Аспекты трансформации бизнес-коммуникаций. Коммуникативный риск. Необходимость организации сетевых коммуникаций. Особенности формирования стратегии продвижения при сетевой организации. Модели организационных структур. Причины неэффективной коммуникации. Оптимизация коммуникативной структуры. Области коммуникативного взаимодействия руководителя с сотрудниками. Определение понятий: делегирование, ответственность, полномочия, линейные полномочия, штаб. Проблемы процесса делегирования полномочий.	№2-3 1. Межуровневые коммуникации в организациях. 2. Организационные коммуникации 3. Преграды в организационных бизнес-коммуникациях и направления их совершенствования 4. Организация коммуникаций и делегирование полномочий	4	2
Тема 1.3. Менеджмент бизнес-коммуникаций : основные понятия, виды и принципы организации	Черты бизнес – коммуникаций. Понятие менеджмента деловых коммуникаций. Основные механизмы, обеспечивающие формирование межличностного взаимодействия. Виды деловых коммуникаций. Понятие, цель, виды, стили, функции делового общения. Техники, методы, правила делового общения. Этапы и правила деловой беседы, делового совещания. Информационное обеспечение управления. Распределение рабочего времени управленческого персонала. Процесс управления информационно - техническими операциями. Виды управленческих операций. Виды информации, используемой в управлении. Информационная потребность в управленческой деятельности. Информация как	Семинарские занятия №4-5 1. Организация делового взаимодействия 2. Деловое общение как форма делового взаимодействия. 3. Методы, формы и культура делового общения в МДК 4. Информация как фактор оптимизации менеджмента	4	2

Наименование раздела, темы дисциплины	Содержание разделов дисциплины	Содержание семинарских занятий		
			Кол-во часов	
			0	3
1	2	3	4	5
	управленческая категория. Этика делового общения и культура его организации. Принципы делового этикета.			
Раздел 2. Коммуникационный менеджмент				
Тема 2.1. Маркетинговые коммуникации и исследование рынка	Элементы комплекса средств маркетинговых коммуникаций (МК). Повышение эффективности маркетинговых коммуникаций. Современный рынок маркетинговых коммуникаций. Характеристики МК в разных общественно - экономических формации. Причины возникновения несогласованных коммуникаций в коммерческих организациях. Повышение эффективности процесса МК. Алгоритм эффективного планирования интегрированных маркетинговых коммуникаций. Типы маркетинговых исследований. Система маркетинговой информации. Этапы маркетингового исследования бизнес-среды. Анализ и прогноз бизнес-среды. Измерение рыночного потенциала; измерение текущего размера рынка; определение размера рынка в будущем; измерение доли рынка; анализ конкуренции; оценка эффективности различных инструментов маркетинга.	Семинарское занятие №6	2	-
		1. Типы маркетинговых исследований 2. Система маркетинговых коммуникаций и организация исследования бизнес-среды 3. Анализ и прогноз бизнес-среды	2	-
Тема 2.2. Особенности управления информационными потоками внутри фирмы	Специфика в управлении внутрифирменными потоками информационного воздействия. Организация как множество человеческих индивидуальностей. Особенности внутри организационного коммуникационного менеджмента. Цели коммуникатор в организации. Современные средства внутрифирменных коммуникаций. направления и задачи коммуникаций в сфере трудовых отношений. Основные положения японской и американской школ управления. Кружки качества - как механизм формирования	Семинарское занятие № 7	2	2
		1. Виды и средства коммуникационного процесса 2. Методы коммуникационного менеджмента 3. Имидж компании – единица коммуникации 4. Информационно - психологические каналы связей с персоналом.	2	2

Наименование раздела, темы дисциплины	Содержание разделов дисциплины	Содержание семинарских занятий		
			Кол-во часов	
			0	3
1	2	3	4	5
	корпоративной культуры. Слагаемые информационных компонентов "уважения к личности". Совершенствование каналов обратных связей.			
Тема 2.3. Коммуникационный процесс во внешней сфере организации	Особенности в управлении потоками информационного взаимодействия в межгосударственном, международном плане. Заказчики соответствующего информационного воздействия. Информация как инструмент власти. Значение Всемирной сети для коммуникационного менеджмента. Правила веб-сайта для профессионального управления сайтом PR-специалистом. Подготовка к интернет исследованиям. Управление инвестиционными связями. Классическая модель построения работы в области Investor Relations. Форм работы в процессе инвестиционного менеджмента.	Семинарское занятие №8	2	-
		1. Информационно - психологические каналы связей с персоналом 2. Роль коммуникаций в формировании корпоративной культуры 3. Слагаемые информационных компонентов «уважения к личности»	2	-
Раздел 3 Управление коммуникациями. Информационные связи				
Тема 3.1. Управление коммуникациями проектами. Информационные связи	Управление коммуникациями проекта, основные потребители информации проекта, классификации информации, планирование системы коммуникаций, сбор и распределение информации, отчетность о ходе выполнения проекта, документирование хода работ, планирование системы коммуникаций, сбор и распределение информации, информационная система, Инструментарий информационной технологии, информационная система управления, структура информационной системы, классификация информационных систем, автоматизация управления проектами	Семинарское занятие №9	2	-
		1. Основные положения. 2. Функции управления информационными связями. 3. Информационные технологии управления проектами. 4. Методы и способы увеличения эффективности коммуникаций.	2	-
Тема 3.2. Интегрированные информационные	Понятие принятия решения, процедура принятия решений, фазы процесса принятия решения, основные каналы информационного обеспечения	Семинарское занятие №10	2	2
		1. Информация в процессе принятия решения.	2	2

Наименование раздела, темы дисциплины	Содержание разделов дисциплины	Содержание семинарских занятий		
			Кол-во часов	
			0	3
1	2	3	4	5
ные системы поддержки принятия решений	руководителей, система поддержки принятия решения, цель информационной системы поддержки принятия решений, системы управления базами данных, информационное и программное обеспечение, компонент интегрированных информационных систем, структура интегрированной информационной системы решений	2.Функции информационных систем поддержки принятия решения. 3.Типы программного обеспечения.		
Раздел 4 Особенности коммуникаций в проектах				
Тема 4.1. Коммуникации и при организации управления проектами	Определений термина «организационная культура», организационная структура управления, простое управление, функциональная организация, независимые проектные команды, матричная структура, виды матричных систем, функции организационной культуры, 10 характеристик культуры организации, организационно-управленческие мероприятия и приемы организационной культуры, уровни организационной культуры	Семинарские занятия №11-12	4	2
		1.Коммуникационные структуры управления проектами. 2.Организационная культура. 3.Значение организационной культуры для коммуникаций в проектах.	4	2
Тема 4.2. Коммуникации в проектных командах	Перечень характеристик, присущих эффективным командам; основные подходы к формированию команды; главная цель формирования команды; основные цели процесса формирования команды; условия развития проектных команд; руководство проектами в команде; каталог требований; рекомендации по работе в командах	Семинарское занятие №13	2	-
		1.Требования к проектной команде. 2. Ситуативные факторы, которые влияют на развитие команды. 3. Рекомендации по работе в командах.	2	-
Тема 4.3. Кризисные ситуации при коммуникациях в проектах	Признаки конфликта, степени конфликтной ситуации, стадии конфликтной ситуации, причины возникновения конфликтов, понятие конфликта, типы конфликтов, стили поведения в конфликтной ситуации, позитивные последствия конфликта, негативные стороны конфликта, подходы к управлению конфликтами	Семинарское занятие №14	2	-
		1.Возникновение кризисных ситуаций. 2. Понятие конфликта. Виды конфликтов. 3. Управление конфликтами в проектных ситуациях.	2	-
Раздел 5 Коммуникационные рычаги в управлении проектами				
Тема 5.1.	Подготовка к конкретному	Семинарское	2	-

Наименование раздела, темы дисциплины	Содержание разделов дисциплины	Содержание семинарских занятий		
			Кол-во часов	
			0	3
1	2	3	4	5
Искусство риторики	выступлению, виды подготовки к выступлению, построение речи, элементы композиции, методы изложения материала, спор, дискуссия, диспут, полемика, классификация споров, классификация вопросов, виды ответов, уловки в споре.	занятие №15 1.Публичные выступления. 2. Споры, дискуссия, полемика. Формы проведения спора. 3. Искусство отвечать на вопросы.	2	-
Тема 5.2. Место PR при управлении коммуникации в проектах	Определение термина «публичный рилейшнз», история становления понятия PR, принципы системы PR, структура системы PR, внутренний PR, внешний PR, подцели PR, функции PR, использование технологий PR в современном бизнесе, задачи, решаемые системой PR, профессиональные привилегии	Семинарское занятие №16	2	-
		1.Предпосылки осуществления и место PR в структуре различных предприятий. 2. Сущность, цели, функции PR. 3. Использование технологий PR в современном бизнесе	2	-
Тема 5.3. Коммуникации в международных проектах	Признаки международных проектов; практика международного менеджмента в США, Франции, Китае, Саудовской Аравии; факторы, влияющие на окружение международных проектов: экономические, инфраструктура, культурный фактор, языковой барьер, практика международного бизнеса невербальное общение, восприятие, стереотипы, обстоятельства времени и места, этика, информация в системе управления, этноцентризм. Рекомендации по взаимодействию различных культур	Семинарское занятие №17	2	2
		1.Особенности международных проектов. 2. Факторы, которые влияют на окружение международных проектов. 3. Выводы о взаимодействии различных культур.	2	2
Всего:			34	12

5. Перечень учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины.

5.1. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.

1. Эффективные бизнес-коммуникации: конспект лекций для студентов 1, 2 курса образовательного уровня «магистр» направления подготовки 38.04.02 «Менеджмент» (магистерские программы: «Международный менеджмент», «Стратегическое управление

в международном бизнесе)), очной/заочной формы обучения / сост. М.В. Гончарова – Донецк: ГОУ ВПО ДонАУиГС, 2017. - 150 с. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://elearn.dsum.org/course/index.php?categoryid=12>

2. Эффективные бизнес-коммуникации: методические рекомендации по организации самостоятельной работы студентов 1, 2 курса образовательного уровня «магистр» направления подготовки 38.04.02 «Менеджмент», (магистерские программы: «Международный менеджмент», «Стратегическое управление в международном бизнесе») очной/заочной формы обучения / сост. М.В. Гончарова – Донецк: ГОУ ВПО ДонАУиГС, 2017. - 36 с. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://elearn.dsum.org/course/index.php?categoryid=12>

3. Эффективные бизнес-коммуникации: методические рекомендации для проведения семинарских занятий для студентов 2 курса образовательного уровня «магистр» направления подготовки 38.04.02 «Менеджмент», (магистерские программы: «Международный менеджмент», «Стратегическое управление в международном бизнесе»), очной/заочной формы обучения / сост. М.В. Гончарова – Донецк: ГОУ ВПО ДонАУиГС, 2017. – 63 с. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://elearn.dsum.org/course/index.php?categoryid=12>

4. Костина Л. Н. Коммуникации в проектах: конспект лекций / Л.Н. Костина, Е.А. Пылько - Донецк: ГОУ ВПО ДонГУУ, 2016. - 132 с.

Перечень вопросов для самоподготовки

Раздел 1 Методологические основы коммуникаций

Тема 1.1. Современные подходы к описанию процесса коммуникации

1. Коммуникация как часть общения.
2. Теория речевых актов.
3. Коммуникативный анализ ситуации.
4. Основные цели осуществления коммуникации в коллективе.
5. Пирамида коммуникаций.
6. Стили управления коллективом.
7. Применение менеджером принципов управления.
8. Понятия «стиль руководства» и «ориентация руководителя».
9. Коммуникативная подсистема как элемент системы управления.
10. Понятие «коммуникация».
11. Коммуникация в системе управления.
12. Определение органов государственного и муниципального управления с позиции теории социального взаимодействия.
13. Структура коммуникативного процесса. Виды коммуникаций.

Тема 1.2. Коммуникативный процесс и эффективность бизнес среды

1. Перемещение информации внутри организации по нисходящей и восходящей.
2. Горизонтальные коммуникации.
3. Применение психологических методик в процессе современного управления.
4. Коммуникативные сети. Модель внутрикоммуникативных сетей. Создание сетевых структур в бизнесе.
5. Аспекты трансформации бизнес коммуникаций.
6. Коммуникативный риск.

7. Необходимость организации сетевых коммуникаций.
8. Особенности формирования стратегии продвижения при сетевой организации.
9. Модели организационных структур.
10. Причины неэффективной коммуникации.
11. Оптимизация коммуникативной структуры.
12. Области коммуникативного взаимодействия руководителя с сотрудниками.
13. Определение понятий: делегирование, ответственность, полномочия, линейные полномочия, штаб.
14. Проблемы процесса делегирования полномочий.

Тема 1.3. Менеджмент бизнес коммуникаций: основные понятия, виды и принципы организации

1. Черты бизнес – коммуникаций.
2. Понятие менеджмента деловых коммуникаций.
3. Основные механизмы, обеспечивающими формирование межличностного взаимодействия.
4. Виды деловых коммуникаций.
5. Понятие, цель, виды, стили, функции делового общения.
6. Техники, методы, правила делового общения.
7. Этапы и правила деловой беседы, делового совещания.
8. Информационное обеспечение управления.
9. Распределение рабочего времени управленческого персонала.
10. Процесс управления информационно - техническими операциями.
11. Виды управленческих операций. Виды информации, используемой в управлении.
12. Информационная потребность в управленческой деятельности.
13. Информация как управленческая категория.
14. Этика делового общения и культура его организации. Принципы делового этикета.

Раздел 2. Коммуникационный менеджмент

Тема 2.1. Маркетинговые коммуникации и исследование рынка

1. Элементы комплекса средств маркетинговых коммуникаций (МК).
2. Повышение эффективности маркетинговых коммуникаций.
3. Современный рынок маркетинговых коммуникаций.
4. Характеристики МК в разных общественно - экономических формациях.
5. Причины возникновения несогласованных коммуникаций в коммерческих организациях.
6. Повышение эффективности процесса МК.
7. Алгоритм эффективного планирования интегрированных маркетинговых коммуникаций.
8. Типы маркетинговых исследований.
9. Система маркетинговой информации.
10. Этапы маркетингового исследования бизнес-среды.
11. Анализ и прогноз бизнес-среды.
12. Измерение рыночного потенциала; измерение текущего размера рынка; определение размера рынка в будущем; измерение доли рынка; анализ конкуренции; оценка эффективности различных инструментов маркетинга.

Тема 2.2. Механизмы управления коммуникациями

1. Специфика в управлении внутрифирменными потоками информационного воздействия.
2. Организация как множество человеческих индивидуальностей.

3. Особенности внутри организационного коммуникационного менеджмента.
4. Цели коммуникатор в организации.
5. Современные средства внутрифирменных коммуникаций. направления и задачи коммуникаций в сфере трудовых отношений.
6. Основные положения японской и американской школ управления.
7. Кружки качества - как механизм формирования корпоративной культуры. Слагаемые информационных компонентов "уважения к личности".
8. Совершенствование каналов обратных связей.

Тема 2.3. Особенности управления информационными потоками внутри фирмы

1. Особенности в управлении потоками информационного взаимодействия в межгосударственном, международном плане.
2. Заказчики соответствующего информационного воздействия.
3. Информация как инструмент власти.
4. Значение Всемирной сети для коммуникационного менеджмента.
5. Правила веб-сайта для профессионального управления сайтом PR-специалистом.
6. Подготовка к интернет исследованиям.
7. Управление инвестиционными связями.
8. Классическая модель построения работы в области Investor Relations.
9. Форм работы в процессе инвестиционного менеджмента.

Тема 7. Управление коммуникациями. Информационные связи

1. Дайте определение понятию «Управление коммуникациями проекта»;
2. Какие существуют виды информации?
3. По каким признакам классифицируют информацию?
4. Кто выступает основными потребителями информации проекта?
5. Какие процессы включает функция управления информационными связями?
6. Что понимают под «информационной технологией»?
7. Информационная система – это...
8. Что входит в инструментарий информационной технологии?
9. По каким признакам классифицируются информационные системы?
10. Информационная система управления проектом – это...
11. В чем принципиальное различие между Интернетом и Интранетом?
12. Что является инструментарием информационной технологии?
13. Основные признаки классификации информационных систем.
14. Какие информационные технологии используются в управлении проектами?
15. От чего зависит информативность сообщения, что принимается человеком?

Раздел 3 Управление коммуникациями. Информационные связи

Тема 3.1. Управление коммуникациями проектами. Информационные связи

1. Дайте определение понятию «Управление коммуникациями проекта»;
2. Какие существуют виды информации?
3. По каким признакам классифицируют информацию?
4. Кто выступает основными потребителями информации проекта?
5. Какие процессы включает функция управления информационными связями?
6. Что понимают под «информационной технологией»?
7. Информационная система – это...
8. Что входит в инструментарий информационной технологии?
9. По каким признакам классифицируются информационные системы?
10. Информационная система управления проектом – это...
11. В чем принципиальное различие между Интернетом и Интранетом?

12. Что является инструментарием информационной технологии?
13. Основные признаки классификации информационных систем.
14. Какие информационные технологии используются в управлении проектами?
15. От чего зависит информативность сообщения, что принимается человеком?
16. Приведите примеры дезинформации и информационного шума.
17. Приведите примеры информации: достоверной и недостоверной; полной и неполной; ценной и малоценной; своевременной и несвоевременной; понятной и непонятной; доступной и недостижимой для усвоения; сжатой и полной

Тема 3.2. Интегрированные информационные системы поддержки принятия решений

1. Что подразумевает собой принятие решения?
2. В чем заключается процедура принятия решений?
3. Какие существуют каналы информационного обеспечения руководителей?
4. Что является целью информационной системы поддержки принятия решений?
5. Какие основные функции информационных систем?
6. Для чего необходимы системы управления базами данных?
7. Информация в процессе принятия решения.
8. Функции информационных систем поддержки принятия решения.
9. Типы программного обеспечения.
10. Раскройте задачи интегрированной информационной системы.
11. Почему количество информации в сообщении удобнее оценивать не по степени увеличения знаний об объекте, а по степени уменьшения неопределенности наших знаний о нем?
12. В чем заключается принципиальная разница компьютерных информационных технологий от тех, что существовали раньше (машинопись, связь по телефону, запись на диктофон и др.)? (не только в автоматизации процессов изменения формы или местонахождение информации, но и в изменение ее содержания (создание нового информационного продукта).
13. Обоснуйте выражение «Новые информационные технологии – основа перехода общественного развития от индустриальной к информационной эпохе в световом масштабе».
14. В чем состоит цель информационной системы поддержки принятия решений? Ее основные функции.
15. Из каких этапов состоит процесс принятия решений? Их сущность.

Раздел 4 Особенности коммуникаций в проектах

Тема 4.1. Коммуникации при организации управления проектами

1. Каковы преимущества и недостатки функциональной организации?
2. Назовите основных участников коммуникаций при организации проектов в рамках функциональной структуры.
3. Особенности коммуникаций при организации проектов в рамках функциональной структуры.
4. Каковы преимущества и недостатки матричной структуры?
5. Какие существуют виды матричных систем?
6. В чем отличие функциональной матрицы от проектной?
7. Дайте понятие определению «организационная культура»?
8. В чем заключается сущность организационной культуры?
9. Перечислите основные характеристики, составные и объясните суть организационной культуры организации.
10. Перечислите функции организационной культуры?

11. Что можно отнести к списку параметров диагностики культуры организации?
12. Каково значение организационной культуры для коммуникаций в проектах?
13. Проведите сравнительную характеристику относительных преимуществ и недостатков функциональных, матричных структур и системы независимых команд для управления проектами?

Тема 4.2. Коммуникации в проектных командах

1. Какое действие синергизма в команде?
2. Какие характеристики, присущи эффективным командам с положительным синергизмом?
3. Какие четыре основные цели выделяются в активной стадии процесса формирования команды?
4. В каких условиях лучше всего развиваются проектные команды?
5. Кто играет ключевую роль в создании команды?
6. Какие рекомендации по работе в команде?
7. Что является основной задачей при формировании команды проекта?
8. Охарактеризуйте основные подходы к формированию команды.
9. Раскройте влияние ситуационных факторов на развитие команды.
10. Назовите желаемые личностные характеристики для руководителя проекта и обоснуйте их зависимость от ситуационных факторов.
11. Раскройте влияние невербального общения в проектах.

Тема 4.3. Кризисные ситуации при коммуникациях в проектах

1. Дайте определение понятию «конфликт»?
2. Какими признаками характеризуются конфликты?
3. Какие степени конфликтных ситуаций выделяют?
4. В чем заключаются позитивные и негативные стороны конфликта?
5. Какие выделяют типы конфликтов?
6. Какие основные стили поведения в конфликтной ситуации?
7. Определите причины возникновения конфликта в рамках проекта.
8. В каких случаях стоит использовать стиль соревнования?
9. Какие типичные ситуации, где руководитель выбирает стиль уклонения?
10. Какие самые характерные ситуации для стиля приспособления?
11. В каких случаях используется стиль сотрудничества?
12. В каких ситуациях эффективен стиль компромисса?
13. Какие особенности управления конфликтом в проектной ситуации?
14. Причины конфликтов, которые возникают на каждом жизненном цикле проекта.
15. Какие возможности выхода из конфликта?
16. Установите взаимосвязь между уровнем конфликта и организаторской эффективностью.
17. С какими из необычных методов снижения напряженности конфликтов вы сталкивались?
18. Какие кризисные (проблемные) ситуации могут возникнуть в зависимости от жизненного цикла проекта?

Раздел 5 Коммуникационные рычаги в управлении проектами

Тема 5.1. Искусство риторики. Ведение спора при коммуникациях в проектах

1. Чем определяется подготовка к конкретному выступлению?
2. Какие основные этапы разработки ораторской речи?
3. Композиция. Особенности построения речи.
4. Какие существуют методы изложения материала?

5. В чем различия между спором, дискуссией и полемикой?
6. Определите существующую классификацию споров.
7. Какая существует классификация вопросов?
8. Какие существуют приемы в споре?
9. Какие существуют виды ответов?
10. От чего зависит поведение в споре?
11. Какие особенности заключения в публичном выступлении?
12. Как вы оцениваете собственную культуру делового общения?
13. Кто из окружающих (или вам известных) людей может служить для вас примером в деловом общении?
14. Проанализировать сильные и слабые стороны своего умения общаться.

Тема 5.2. Место PR при управлении коммуникациями в проектах

1. Дайте определение понятию «публик рилейшнз (PR)».
2. Как возникла деятельность PR?
3. Каковы цели и подцели PR?
4. Чем «public relations» не является?
5. На основе каких принципов действует система PR ?
6. Какие подцели имеют мероприятия PR?
7. Что подразумевает антиреклама?
8. Какие функции должны выполняться службой PR на предприятии или фирмами PR на рынке в целом?
9. Приведите примеры необходимости использования PR в современном бизнесе?
10. Какие задачи, решаемые системой PR?
11. Что включают в себя специальные меры в системе PR.
12. Что является основой взаимоотношений с прессой?
13. Определите критерии выбора СМИ.
14. Обоснуйте необходимость защиты информации при коммуникациях в проекта.

Тема 5.3. Коммуникации в международных проектах

1. Какие особенности работы в США?
2. В чем отличия работы во Франции от работы в США?
3. Какие предостережения, которых нужно придерживаться в работе с французами?
4. Какие особенности работы в Китае?
5. Что представляет собой работа в Саудовской Аравии?
6. Какие факторы, которые влияют на ведение международных проектов?
7. В чем особенности взаимодействия различных культур?

5.2. Перечень основной учебной литературы

1. Большаков, С.Н. Бизнес-коммуникации : учеб. пособие / С. Н. Большаков, М. О. Потолокова — СПб.: С.-Петерб. гос. ун-т, филол. ф-т, 2012. — 137 с.
2. Покровская Е.А. Бизнес-коммуникации: Учебное пособие. М: Дашков и К, 2009
3. Барышева А.Д., Матюхина Ю.А., Шередер Н.Г. Этика и психология делового общения (сфера сервиса). М.: ИНФРА-М, 2015.
4. Большаков, С. Н. Бизнес-коммуникации : учеб. пособие / С. Н. Большаков, М. О. Потолокова — СПб.: С.-Петерб. гос. ун-т, филол. ф-т, 2012. — 137 с.
5. Спивак В.А. Современные бизнес-коммуникации. СПб.: Питер, 2012.
6. Уолтерс С.Б. Правда про ложь / Пер. с англ. – М.: Эксмо, 2010.

5.3. Перечень дополнительной литературы

1. Бредемайер К. Искусство словесной атаки: Практическое руководство / Пер. с нем. М.: Альпина Бизнес Букс, 2010.
2. Голубкова Е.Н. Маркетинговые коммуникации. – М.: Издательство «Финпресс», 2012.
3. Катлип Скотт и др. Паблик рилейшнз. Теория и практика. М.: «Вильямс», 2013.
4. Пиз А., Пиз Б. Новый язык телодвижений. Расширенная версия. – М.: Эксмо, 2008.
5. Покровская Е.А. Бизнес-коммуникации: Учебное пособие. М: Дашков и К, 2009
6. Почепцов Г.Г. Теории коммуникации. – М.: Центр, 2014.
7. Рева В.Е. Коммуникационный менеджмент: Учеб. пос. Пензу, ПГУ, 2011.
8. Уткин Э.А., Баяндаев В.В., Баяндаева М.Л. Управление связями с общественностью.РР. –М.: ТЕИС, 2011.
9. Шарков Ф.И. Основы теории коммуникации. М.: «Социальные отношения», «Перспектива», 2012.
10. Шарков Ф.И. Основы теории коммуникации: Учебник. М: Перспектива, 2005
11. Шейнов В.П. Скрытое управление человеком (Психология манипулирования). – Мн.: Харвест, М.: АСТ, 2010.

6. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины.

- База данных библиотеки ГОУ ВПО «ДонАУиГС»
 Веб-сайт: Научная электронная библиотека <http://elibrary.ru/defaultx.asp>
 Веб-сайт: <http://do.gendocs.ru/docs/index-281833.html>
 Веб-сайт: http://sfeisk.ru/doc/fik_osnpredpdeyt.doc
 Веб-сайт: <http://www.grebennikon.ru/>
 Веб-сайт: <http://www.bibliotekar.ru/biznes-39/index.htm>
 Веб-сайт: <http://www.iqlib.ru>
 Веб-сайт: <http://www.bibliotekar.ru/biznes-39/74.htm>
 Веб-сайт: <http://www.wto.org>
 Веб-сайт: <http://www.mvf.org>
 Веб-сайт: <http://worldbank.org>
 Веб-сайт: <http://www.fao.org/catalog/inter-e.htm>
 Веб-сайт: <http://www.worldmarket.com>
 Веб-сайт: <http://www.csce.com>
 Веб-сайт: <http://www.pwc.com/fpp>

7. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем.

7.1. Перечень информационных технологий (при необходимости)

Мультимедийные аудитории для проведения занятий (компьютер, проектор, экран).

7.2. Перечень программного обеспечения (при необходимости)

Программы демонстрации видео материалов (проигрыватель «Windows Media Player»).

Программы для демонстрации и создания презентаций («Microsoft Power Point») и т.п.

7.3. Перечень информационных справочных систем (при необходимости).

Информационные справочные системы не используются.

8. Фонд оценочных средств для контроля уровня сформированности компетенций.

8.1. Виды промежуточной аттестации - зачет.

Фонд оценочных средств включает текущий контроль и промежуточную аттестацию.

Текущий контроль имеет следующие виды:

1. Устный фронтальный, индивидуальный, комплексный опрос на лекциях и семинарских занятиях.
2. Тестовые задания.
4. Контроль самостоятельной работы в виде реферата (в письменной или устной форме).
5. Эссе.

Промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины в форме зачета, позволяет оценить уровень сформированности компетенций и осуществляется по результатам текущего контроля и итоговой контрольной работы.

Перечень вопросов к промежуточной аттестации студентов

1. Понятие коммуникации
2. Коммуникативное взаимодействие субъекта и объекта управления
3. Место коммуникаций в системе управления
4. Межуровневые коммуникации в организациях
5. Организационные коммуникации
6. Преграды в организационных бизнес коммуникациях и направления их совершенствования
7. Организация коммуникаций и делегирование полномочий
8. Организация делового взаимодействия
9. Деловое общение как форма делового взаимодействия.
10. Методы, формы и культура делового общения в МДК
11. Информация как фактор оптимизации менеджмента
12. Этика делового общения и культура его организации.
13. Типы маркетинговых исследований
14. Система маркетинговых коммуникаций и организация исследования бизнес-среды
15. Анализ и прогноз бизнес-среды
16. Виды и средства коммуникационного процесса
17. Методы коммуникационного менеджмента
18. Имидж компании – единица коммуникации
19. Информационно - психологические каналы связей с персоналом.
20. Специалисты, обеспечивающие коммуникационный процесс
21. Информационно - психологические каналы связей с персоналом
22. Роль коммуникаций в формировании корпоративной культуры
23. Слагаемые информационных компонентов «уважения к личности»
24. Основные положения.
25. Функции управления информационными связями.
26. Информационные технологии управления проектами.
27. Методы и способы увеличения эффективности коммуникаций.
28. Информация в процессе принятия решения.
29. Функции информационных систем поддержки принятия решения.
30. Типы программного обеспечения.
31. Коммуникационные структуры управления проектами.
32. Организационная культура.
33. Значение организационной культуры для коммуникаций в проектах.

34. Требования к проектной команде.
35. Ситуативные факторы, которые влияют на развитие команды.
36. Рекомендации по работе в командах.
37. Возникновение кризисных ситуаций.
38. Понятие конфликта. Виды конфликтов.
39. Управление конфликтами в проектных ситуациях.
40. Публичные выступления.
41. Споры, дискуссия, полемика. Формы проведения спора.
42. Искусство отвечать на вопросы.
43. Предпосылки осуществления и место PR в структуре различных предприятий.
44. Сущность, цели, функции PR.
45. Использование технологий PR в современном бизнесе
46. Особенности международных проектов.
47. Факторы, которые влияют на окружение международных проектов.
48. Выводы о взаимодействии различных культур.

8.2. Показатели и критерии оценки результатов освоения дисциплины.

Средним баллом за дисциплину является средний балл за текущую учебную деятельность.

Механизм конвертации результатов изучения студентом дисциплины в оценки по государственной шкале и шкале ECTS представлен в таблице.

Отношение полученного среднего балла параметра практической подготовки к максимально возможной величине этого показателя	Оценка по государственной шкале	Оценка по шкале ECTS	Определение
90% – 100%	5	A	состояние по конкретному параметру <i>полностью соответствует</i> предъявляемым требованиям (недочеты до 10%)
80% – 89%	4	B	состояние по конкретному параметру <i>в основном соответствует</i> предъявляемым требованиям (с незначительным количеством ошибок до 20%)
75% – 79%	4	C	состояние по конкретному параметру <i>в основном соответствует</i> предъявляемым требованиям (с незначительным количеством ошибок до 25%)
65% – 74%	3	D	состояние по конкретному параметру <i>частично соответствует</i> предъявляемым требованиям (со значительным количеством недостатков до 35%)
60% – 64%	3	E	состояние по конкретному параметру <i>частично соответствует</i> предъявляемым требованиям (со значительным количеством недостатков до 40%)
35% – 59%	2	FX	состояние по конкретному параметру <i>не соответствует</i> предъявляемым требованиям (ошибок свыше 40%)

0 – 34%	2	F	состояние по конкретному параметру <i>не соответствует</i> предъявляемым требованиям (ошибок свыше 65%)
---------	---	---	---

8.3. Критерии оценки работы студента.

Критерии оценивания – система требований (описание и количественное измерение) к уровню знаний и умений, которые студент должен продемонстрировать для подтверждения результатов обучения.

При усвоении каждой темы за текущую учебную деятельность студента выставляются оценки по 5-балльной (государственной) шкале.

8.3.1. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы).

ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ К РАССМОТРЕНИЮ НА СЕМИНАРСКИХ ЗАНЯТИЯХ:

Раздел 1 Методологические основы коммуникаций

Тема 1.1. Современные подходы к описанию процесса коммуникации
Семинарское занятие 1.1

1. Понятие коммуникации.
2. Коммуникативное взаимодействие субъекта и объекта управления.
3. Место коммуникаций в системе управления.

Тема 1.2. Коммуникативный процесс и эффективность бизнес среды
Семинарское занятие 1.2

1. Межуровневые коммуникации в организациях.
2. Организационные коммуникации.
3. Препятствия в организационных бизнес коммуникациях и направления их совершенствования.
4. Организация коммуникаций и делегирование полномочий.

Тема 1.3. Менеджмент бизнес-коммуникаций: основные понятия, виды и принципы организации

Семинарское занятие 1.3

1. Организация делового взаимодействия
2. Деловое общение как форма делового взаимодействия.
3. Методы, формы и культура делового общения в МДК.
4. Информация как фактор оптимизации менеджмента.

Раздел 2. Коммуникационный менеджмент

Тема 2.1. Маркетинговые коммуникации и исследования рынка
Семинарское занятие 2.1.

1. Типы маркетинговых исследований.
2. Система маркетинговых коммуникаций и организация исследования бизнес-среды.
3. Анализ и прогноз бизнес-среды.

Тема 2.2. Особенности управления информационными потоками внутри фирмы
Семинарское занятие 2.2.

1. Виды и средства коммуникационного процесса.
2. Методы коммуникационного менеджмента.
3. Имидж компании – единица коммуникации.
4. Информационно - психологические каналы связей с персоналом.

Тема 2.3. Коммуникационный процесс во внешней сфере организации
Семинарское занятие 2.3.

1. Информационно - психологические каналы связей с персоналом .
2. Роль коммуникаций в формировании корпоративной культуры.
3. Слагаемые информационных компонентов «уважения к личности».

Раздел 3 Управление коммуникациями. Информационные связи

Тема 3.1. Управление коммуникациями проектами. Информационные связи
Семинарское занятие 3.1.

1. Основные положения.
2. Функции управления информационными связями.
3. Информационные технологии управления проектами.
4. Методы и способы увеличения эффективности коммуникаций.

Тема 3.2. Интегрированные информационные системы поддержки принятия решений
Семинарское занятие 3.2.

1. Информация в процессе принятия решения.
2. Функции информационных систем поддержки принятия решения.
3. Типы программного обеспечения.

Раздел 4 Особенности коммуникаций в проектах

Тема 4.1. Коммуникации при организации управления проектами
Семинарское занятие 4.1.

1. Коммуникационные структуры управления проектами.
2. Организационная культура.
3. Значение организационной культуры для коммуникаций в проектах.

Тема 4.2. Коммуникации в проектных командах
Семинарское занятие 4.2.

1. Требования к проектной команде.
2. Ситуативные факторы, которые влияют на развитие команды.
3. Рекомендации по работе в командах.

Тема 4.3. Кризисные ситуации при коммуникациях в проектах
Семинарское занятие 4.3.

1. Возникновение кризисных ситуаций.
2. Понятие конфликта. Виды конфликтов.
3. Управление конфликтами в проектных ситуациях.

Раздел 5 Коммуникационные рычаги в управлении проектами

Тема 5.1. Искусство риторики
Семинарское занятие 5.1.

1. Публичные выступления.
2. Споры, дискуссия, полемика. Формы проведения спора.
3. Искусство отвечать на вопросы.

Тема 5.2. Место PR при управлении коммуникациями в проектах
Семинарское занятие 5.2.

1. Предпосылки осуществления и место PR в структуре различных предприятий.
2. Сущность, цели, функции PR.
3. Использование технологий PR в современном бизнесе.

Тема 5.3. Коммуникации в международных проектах
Семинарское занятие 5.3.

1. Особенности международных проектов.

2. Факторы, которые влияют на окружение международных проектов.
3. Выводы о взаимодействии различных культур.

Критерии оценки знаний на семинарских занятиях:

"3" - усвоено более 60% материала; студент знаком с основными принципами темы, имеет навыки решения проблемных ситуаций, умеет самостоятельно работать над учебным материалом с использованием учебных литературных источников;

"4" - усвоено более 75% материала; студент хорошо осведомлен в теоретическом материале, хорошо владеет категориальным аппаратом, имеет навыки решения ситуационных упражнений, навыки проблемного анализа, умеет самостоятельно работать над учебным материалом с использованием учебных и научных литературных источников;

"5" - усвоено более 90% материала; студент знаком с теоретическим материалом, владеющий законами, категориями и пояснительной аппаратом конкретно-экономических наук, в состоянии решать все виды задач, способен к оригинальному творческому мышлению, способен критически оценить явления, процессы и тенденции в международных финансах, умеет самостоятельно работать над учебным материалом с использованием учебных и научных литературных источников.

**ТЕСТОВЫЕ ЗАДАНИЯ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ
СТУДЕНТОВ**

1. Понятие коммуникация характеризуется:

- а) передачей информации с целью получения ответа
- б) обмен информацией о идеях или переживаниях
- в) передача информации от источника во вне
- г) воссоздание информационных идей посредством ключевого символа или темы

2. Обратная связь - это вербальный или невербальный сигнал от получателя информации к его источнику, служащий ответом на иницилирующее высказывание или поведение, выполняющий ... или коррективную функцию.

- а) комплиментарную
- б) поясняющую
- в) объяснительную
- г) сигнальную

3. Обратная связь в процессе коммуникации может быть

- а) директивной и недирективной
- б) прямой и косвенной
- в) положительной и отрицательной
- г) оценочной и безоценочной

4. К паралингвистическим элементам невербальной коммуникации относится (выбрать один или несколько вариантов):

- а) мимика
- б) походка
- в) громкость
- г) тембр

5. К какой сфере невербальной коммуникации относится знак:

- а) проксемика
- б) ольфакторика
- в) кинесика
- г) такесика

6. К экстралингвистическим элементам невербальной коммуникации относится:

- а) смех
- б) улыбка
- в) поза
- г) плач

7. Сколько процентов работы занимает коммуникация у руководителя:

- а) 90
- б) 50
- в) 70
- г) 80

8. Возможность обратной связи ограничена у следующего вида коммуникации:

- а) межличностная
- б) массовая
- в) внешняя
- г) межгрупповая

9. Затруднения в приеме и понимании коммуникации связанные с интерпретацией информацией называется:

- а) семантический барьером
- б) эмоциональным барьером
- в) отсутствие обратной связи
- г) невербальным барьером

10. К какому типу барьера относятся жаргон и сленг

- а) языковые
- б) культурные
- в) различия в статусе
- г) личностные

11. Классификация по каналам общения

- а) формальный и неформальный
- б) вербальные и невербальные
- в) нисходящие и восходящие
- г) вертикальные, горизонтальные и диагональные

12. Вид слухов, которые вызваны предполагаемыми действиями в будущем, длительное время ожидаемыми сотрудниками

- а) мечты и чаяния
- б) вбивание клиньев
- в) финальный слух
- г) слухи-пугала

13. К какому типу невербальной коммуникации относятся голос и речь

- а) кинесические
- б) просодические и экстралингвистические
- в) такесические
- г) проксемические

14. К такесическому типу невербальной коммуникации относят:

- а) рукопожатие
- б) дистанция
- в) длина паузы
- г) интонация

15. Переплетенные пальцы рук является жестом:

- а) неуверенности
- б) самоконтроля
- в) запрета
- г) уверенности

16. Самой простой коммуникационной сетью является

- а) цепочка
- б) звезда
- в) круг
- г) шпора

17. Дистанция при общении 50-120 см называется

- а) интимной
- б) персональной
- в) социальной
- г) публичной

18. Сколько процентов коммуникации в средней остается в памяти у человека

- а) 24
- б) 60
- в) 70
- г) 80

19. В практике коммуникационного менеджмента «хорошей» называется организация, которая:

- а) предоставляет качественные товары и услуги по приемлемым ценам;
- б) ведет социально одобряемую деятельность;
- в) верны оба варианта;
- г) неверен ни один из вариантов.

20. В практике коммуникационного менеджмента «видимой» называется организация, которая:

- а) производит товары и услуги, известные обществу;
- б) демонстрирует общественности организационные ценности;
- в) верны оба варианта;
- г) не верен ни один из вариантов.

21. Необходимый минимум работ для организации эффективных коммуникаций в организации включает в себя:

- а) аналитические работы;
- б) медиарилейшнз;
- в) планирование и прогнозирование;
- г) аналитические работы и медиарилейшнз;
- д) аналитические работы и планирование;
- е) медиарилейшнз и планирование. Выберите один вариант ответа.

22. Первым в истории управления коммуникациями взаимосвязь между положительными публикациями в прессе о фирме выявил:

- а) Айви Ли;
- б) Э Бернайз;
- в) С Блэк;
- г) Дж. Грюниг.

23. Организация PR должна включать в себя аналоги научно-исследовательских, конструкторско-технологических работ и управление - одна из основных идей:

- а) Айви Ли;
- б) Э. Бернайза;
- в) С. Блэка;
- г) Дж. Грюнига.

24. Однонаправленный поток информации, основная цель которого не слушание, а говорение - это:

- а) пропагандистская модель Дж. Грюнига;

- б) журналистская модель;
- в) двусторонняя асимметричная модель;
- г) двусторонняя симметричная модель.

25. Однонаправленный поток информации, направленный на массовую аудиторию посредством СМИ, цель которого проинформировать - это:

- а) пропагандистская модель Дж. Грюнига;
- б) журналистская модель;
- в) двусторонняя асимметричная модель;
- г) двусторонняя симметричная модель.

26. Выбор целевой аудитории, изучение ее интересов и распространение на этой основе информации с применением технологии обратной связи - это:

- а) пропагандистская модель Дж. Грюнига;
- б) журналистская модель;
- в) двусторонняя асимметричная модель;
- г) двусторонняя симметричная модель.

27. Распространение информации на целевые аудитории с целью достижения взаимопонимания - это:

- а) пропагандистская модель Дж. Грюнига;
- б) журналистская модель;
- в) двусторонняя асимметричная модель;
- г) двусторонняя симметричная модель.

28. Активная общественность является условием для реализации:

- а) стратегии информирования;
- б) стратегии убеждения;
- в) стратегии диалога;
- г) стратегии формирования согласия.

29. В сфере антикризисных коммуникаций наиболее эффективной является:

- а) стратегия информирования;
- б) стратегия убеждения;
- в) стратегия диалога;
- г) стратегия формирования согласия.

30. По отношению к неформальной коммуникации в организации выделяется несколько коммуникативных ролей:

- а) «посыльные»;
- б) «интерпретаторы»;
- в) «скептики»;
- г) «сторонники»;
- д) «противники»;
- е) «принимающие решения».

31. Существуют следующие виды стратегий:

- а) прямая;
- б) косвенная;
- в) планируемая;
- г) воплощенная.

32. Какие два пункта являются лишними в этом списке?

Если корпорация преследует цель расширения объемов продаж, видов выпускаемой продукции, производственных мощностей, причем этот рост в процентном отношении должен превышать уровень роста ВВП и инфляцию, то применяется:

- а) стратегия роста;
- б) стратегия стабильности;
- в) стратегия обороны;

г) комбинированная стратегия.

33. На тех предприятиях, которые довольствуются существующим объемом производства (включая размер рынка, объем выпуска товаров и т. д.) и управление которыми направлено на поиск стабильного, прибыльного роста, эквивалентного росту ВВП или инфляции применяется:

- а) стратегия роста;
- б) стратегия стабильности;
- в) стратегия обороны;
- г) комбинированная стратегия.

34. Компаниями, которые нельзя отнести к числу преуспевающих, с целью стабилизировать свое положение реагируя на сиюминутные изменения на рынке применяется:

- а) стратегия роста;
- б) стратегия стабильности;
- в) стратегия обороны;
- г) комбинированная стратегия.

35. Сочетание различных стратегий по отношению к своим фирмам или подразделениям в целом - это:

- а) стратегия роста;
- б) стратегия стабильности;
- в) стратегия обороны;
- г) комбинированная стратегия.

36. Какими чертами характера должен обладать такой архетип управляющего как «администратор»?

- а) быть общительным и уметь вдохновлять людей на максимальную самоотдачу;
- б) иметь аналитический склад ума;
- в) быть предельно объективным и полагаться на факты и логику;
- г) методичность в работе, прогнозирование будущего.

37. Реальное влияние при управлении по целям имеют руководители:

- а) среднего уровня;
- б) низшего уровня;
- в) высшего, среднего и низшего уровня;
- г) высшего уровня.

38. Как следует относиться к накоплению информации о проблеме?

- а) чем больше информация, тем лучше;
- б) избыток информации также вреден, как и её недостаток;
- в) получение максимума информации о проблеме – обязанность руководителя;
- г) избыточный объем информации – залог успеха.

39. Основные функции управления:

- а) планирование, контроль;
- б) планирование, организация, мотивация, контроль;
- в) организация, мотивация;
- г) организация, мотивация, контроль.

40. Чем характеризуется компромисс при принятии решения?

- а) установление некоего среднего в результате спора двух сотрудников.
- б) уменьшением выгоды в одной области с целью уменьшения нежелательных последствий в другом;

- в) принятием решения аудитивно, учитывая мнения всех заинтересованных сторон;
- г) уменьшением выгоды.

Критерии оценивания тестовых заданий: с помощью коэффициента усвоения $K = A:P$, где A – число правильных ответов в тесте, P – общее число ответов.

Шкала оценивания:

- 90-100% – «5»,
- 75-89% – «4»,
- 60-74% – «3»,
- менее 60% – «2».

ЗАДАНИЯ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ СТУДЕНТОВ

Задание 1:

В трудовой коллектив, где существует конфликт между двумя группами сотрудников по поводу внедрения изобретения, пришёл новый руководитель, приглашённый со стороны. Каким образом ему лучше действовать, чтобы нормализовать создавшуюся обстановку в коллективе? (Обоснуйте выбор)

Выбрать актив, группу, поручить разобраться и предложить меры по нормализации обстановки в коллективе, опираться на актив, поддержку руководства.

Попытаться разубедить и привлечь на свою сторону сторонников прежнего стиля работы, противников нового, воздействовать на них убеждением в процессе дискуссии.

Изучить перспективы улучшения качества выпускаемой продукции, поставить перед коллективом новые перспективные задачи, опираться на лучшие достижения и трудовые традиции коллектива, не противопоставлять новое старому.

Установить деловой контакт со сторонниками нового, не принимая всерьёз доводы сторонников старого подхода к технологии производства, проводить работу по реализации новшеств, воздействуя на противников силой своего примера и примера других прогрессивных руководителей.

Задание 2

Вы менеджер по производству на фирме, выпускающей холодильники. Недавно вы узнали, что конкурирующая фирма придала своим холодильникам свойство, которого в ваших холодильниках нет, но оно окажет большое влияние на сбыт. Например, в холодильниках «NO FROST» теперь можно хранить продукты не только в вакуумной упаковке, но и обычные, не боясь их усыхания. На ежегодной специализированной выставке фирмы-конкурента будет офис для гостей, и на одном из приёмов для своих дилеров глава фирмы расскажет им об этом новом свойстве холодильника и о том, каким образом это было достигнуто. Вы можете послать своего сотрудника на этот приём под видом нового дилера, чтобы узнать о нововведении.

Постановка задачи: Пойдёте ли вы на такой шаг? Почему?

Задание 3.

Ваша фирма производит 5 000 компьютеров. Для того чтобы усиленно противодействовать конкурентам, вам предстоит решить задачу:

Либо снизить цену на продукцию на 10%. Тогда ваш доход с продажи каждого компьютера сократится с 300 у.е. до 200 у.е.

Либо усилить рекламу и увеличить сеть сбытовых организаций. При этом рекламные затраты на единицу продукции возрастут с 100 у.е. до 150 у.е., а сбытовые – 50 до 120 у.е.

Вам предстоит:

Определить факторы, которые будут учитываться при принятии решения, и перечень альтернатив.

Рассчитать доходность.

Принять единственное решение.

Задание 4.

Вы менеджер по персоналу. В вашу фирму пришла молодая способная женщина, желающая стать торговым агентом. Уровень её квалификации значительно выше, чем у претендентов-мужчин на эту должность. Но приём её на работу неизбежно вызовет отрицательную реакцию со стороны ряда ваших торговых агентов, среди которых женщин нет, а также может раздосадовать некоторых важных клиентов фирмы.

Постановка задачи: Возьмёте ли вы эту женщину на работу? Почему?

Задание 5.

Закрытое акционерное общество «С» работает на рынке 5 лет. Занимается поставкой автозапчастей на российский рынок. За это время успело зарекомендовать себя. Сложилась следующая ситуация: на рынке появилась конкурирующая фирма. Автозапчасти данной фирмы стоят в 1,5 раза дешевле, чем у фирмы «С». Что в данной неблагоприятной управленческой ситуации делать фирме «С»?

Задание 6

1. Попробуйте решить данную проблему.

- Какие действия должна предпринять данная фирма?

- Какую информацию ЗАО «С» будет использовать для решения данной проблемы?

- Почему необходимо для получения лучшего результата использовать как качественную, так и количественную информацию?

2. Примите управленческое решение.

- Подумайте, как принятое Вами решение отразится на деятельности организации в целом и на сотрудниках данной фирмы.

- От каких факторов в данном случае будет зависеть качество и эффективность управленческого решения?

- Каково в данной ситуации будет влияние личностных оценок руководителя, среды принятия решения, информационных ограничений, поведенческих ограничений на процесс принятия управленческих решений?

- Какова будет ответственность в случае принятия неверного, непродуманного, необоснованного управленческого решения? К чему это может привести?

Задание 7.

Открытое Акционерное Общество «Б» работает на рынке консалтинговых услуг 10 лет. Штат организации свыше 100 человек. Сначала сотрудники работали с клиентами поодиночке, либо произвольно сгруппированной бригадой. Затем было принято управленческое решение, в результате чего все сотрудники были разбиты на бригады по 4 человека. В результате сложилась неблагоприятная ситуация: внутриорганизационные разногласия, в результате чего снизилась производительность труда.

Задание. Примите управленческое решение по выходу из сложившейся ситуации.

- Подумайте, как Вы, если бы были руководителем данной организации, вышли из данной неблагоприятной управленческой ситуации.

- Какие управленческие решения должны быть приняты в данной ситуации?

- Как принятые Вами решения отразятся на Ваших сотрудниках и на работе самой

организации?

Задание 8.

Вы менеджер на фирме, производящей программные продукты для ЭВМ. На одной из презентаций вы знакомитесь с молодой дамой (молодым человеком), которая (ый) недавно была (был) управляющей (им) в фирме-конкуренте. По какой-то причине она (он) была (был) уволена (ен) и теперь держит обиду на эту фирму. Вы можете начать ухаживать или, наоборот, принять ухаживания. Или можете взять её (его) на работу. В ином случае можете просто пообещать взять её (его) на работу. Обида так сильна, что она (он) с удовольствием расскажет обо всех планах конкурента.

Постановка задачи: Как вы поступите? Почему?

Задание 9.

Вы владеете фирмой, которая торгует бытовой химией. Неожиданно для Вас открывается новая фирма, которая также занимается продажей бытовой химии. Расположилась она в соседнем от вас здании. Новая фирма устанавливает цены на свой товар, ниже чем у Вас. В данной ситуации Вам следует быстро и оперативно принять решение, чтобы не потерять ваших клиентов.

Задание. Примите управленческое решение по выходу из сложившейся управленческой ситуации.

- Каковы будут ваши действия?

- Принимаемое Вами решение будет принято в условиях риска, определённости или неопределённости?

- Каковы эти условия риска (определённости, неопределённости)?

Задание 10.

В кредитную организацию поступила заявка на получение краткосрочного (сроком на один год) кредита в сумме 20000 долларов под 13 % годовых. Статистические данные показывают, что вероятность невозврата средств составляет 4 %. Существует альтернативный вариант вложения денежных средств со стопроцентной гарантией возврата, но под 7 % годовых. Выдавать ли кредит, если критерием оптимального решения считать максимальный доход?

ПРИМЕРНАЯ ТЕМАТИКА РЕФЕРАТОВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

1. Цели задачи коммуникационного менеджмента как учебной дисциплины.
2. Освещение проблем коммуникационного менеджмента в отечественной и зарубежной литературе.
3. Правовые основы коммуникационного менеджмента.
4. Нравственные нормы межличностных коммуникаций.
5. Этикет коммуникаций: история, теория, практика.
6. Специфика управленческих усилий на всех этапах коммуникационного процесса.
7. Формы и методы управления коммуникационным процессом.
8. Критерии эффективности в управлении коммуникациями.
9. Деятельность менеджера по управлению информационными потоками.
10. Задачи менеджера по коммуникационному обеспечению деятельности фирмы.
11. Пути повышения эффективности обратной связи при управлении коммуникационным процессом.
12. Паблик рилейшнз – как важнейшее звено в управлении коммуникациями.

13. Проблемы в обеспечении управляемости информационных потоков.
14. Критерии эффективности в организации управления внутрифирменными коммуникациями.
15. Управления коммуникациями в кризисном периоде.
16. Управления коммуникациями в период избирательных кампаний.
17. Современные информационные войны: возможности управления.
18. Психологические войны: цели, участники, «полководцы», последствия.
19. Влияние политической культуры населения на возможности управления коммуникациями.
20. Проблемы рационального управления коммуникациями: теория и практика.
21. Политический менеджмент: история, современные технологии.
22. Стратегии и тактики в управлении избирательными кампаниями.
23. Особенности управления межличностными коммуникациями внутри организации.
24. Технологии управления коммуникациями с поставщиками, клиентами, кредиторами, инвесторами.
25. Паблик рилейшнз как коммуникативная дисциплина.
26. Управление коммуникациями в областях связей с общественностью.
27. Коммуникации и СМИ: проблемы управления и взаимодействия.
28. Особенности управления коммуникации в процессе выработки управленческого решения.
29. Менеджер по коммуникациям как профессия.
30. Управление механизмом формирования новостей как основа работы спиндоктора
31. Можно ли и как влиять на коммуникативное пространство (сферу коммуникационного процесса).
32. Асимметричность информационных потоков: причины, возможности управленческого воздействия.
33. Особенности управления коммуникациями в период деловых переговоров.
34. Влияние слухов и мифов на процесс управления коммуникациями.
35. Технологии скрытого управления общественным мнением.
36. Манипуляция общественным мнением как одна из задач коммуникатора.
37. Убеждение и манипулирование как стратегические задачи коммуникационного менеджмента: история, теория, практика.
38. Избыточность и недостаток информации в управлении.
39. Концепция распределенной обработки экономической информации.
40. Информационные технологии и их роль в коммуникациях.
41. Интегрированные информационные системы.
42. Виды и типы организационных культур;
43. Организационные культуры крупнейших и наиболее успешных корпораций (рассмотреть на примере одной корпораций).
44. Управление работой проектных команд.
45. Факторы, которые влияют на развитие команды.
46. Типы конфликтных личностей и методы общения с ними
47. Способы преодоления конфликтов.
48. Риторика как наука и искусство.
49. Секреты успешного выступления.
50. Особенности коммуникаций в международных проектах.
51. Особенности делового общения в различных странах (описать одну страну на выбор).

Показатели и критерии оценки реферата:

Показатели оценки	Критерии оценки	Баллы (max)
1. Новизна реферированного текста	- актуальность проблемы и темы; - новизна и самостоятельность в постановке проблемы, в формулировании нового аспекта выбранной для анализа проблемы; - наличие авторской позиции, самостоятельность суждений.	20
2. Степень раскрытия сущности проблемы	- соответствие плана теме реферата; - соответствие содержания теме и плану реферата; - полнота и глубина раскрытия основных понятий проблемы; - обоснованность способов и методов работы с материалом; - умение работать с литературой, систематизировать и структурировать материал; - умение обобщать, сопоставлять различные точки зрения по рассматриваемому вопросу, аргументировать основные положения и выводы.	30
3. Обоснованность выбора источников	- круг, полнота использования литературных источников по проблеме; - привлечение новейших работ по проблеме (журнальные публикации, материалы сборников научных трудов и т.д.).	20
4. Соблюдение требований к оформлению	- правильное оформление ссылок на используемую литературу; - грамотность и культура изложения; - владение терминологией и понятийным аппаратом проблемы; - соблюдение требований к объему реферата; - культура оформления: выделение абзацев.	20
5. Грамотность	- отсутствие орфографических и синтаксических ошибок, стилистических погрешностей; - отсутствие опечаток, сокращений слов, кроме общепринятых; - литературный стиль.	10

Шкалы оценок:

80 – 100 баллов – оценка «отлично»;

60 – 79 баллов – оценка «хорошо»;

30 – 59 баллов – оценка «удовлетворительно»;

0 – 29 баллов – оценка «неудовлетворительно».

Оценка на зачете определяется: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Оценка «отлично» выставляется студенту, если он глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами,

вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при

видоизменении заданий, использует в ответе материал монографической литературы,

правильно обосновывает принятое решение, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач.

Оценка «хорошо» выставляется студенту, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос,

правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и

задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения.

Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, недостаточно

правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении

программного материала, испытывает затруднения при выполнении практических работ.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы. Как правило,

оценка «неудовлетворительно» ставится студентам, которые не могут продолжить обучение без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.

8.3.2. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и/или опыта деятельности

Процедура оценивания знаний, умений, владений по дисциплине включает учет успешности по всем видам заявленных оценочных средств.

Устный опрос проводится на каждом семинарском занятии и затрагивает как тематику прошедшего занятия, так и лекционный материал. Применяется групповое оценивание ответа или оценивание преподавателем.

Тесты по разделам проводятся на практических занятиях и включают вопросы по предыдущему разделу. Проводится письменно. Преподаватель доследующего занятия проверяет ответы на тестовые задания и на ближайшем семинарском занятии объявляет результат.

Темы рефератов-презентаций распределяются на первом занятии, готовые доклады сообщаются в соответствующие сроки согласно Графика учебного процесса и расписания занятий.

По окончании освоения дисциплины проводится промежуточная аттестация в виде экзамена, что позволяет оценить совокупность приобретенных в процессе обучения компетенций. При выставлении итоговой оценки применяется балльно-рейтинговая система оценки результатов обучения.

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Реализация компетентного подхода в рамках изучения дисциплины «Эффективные бизнес-коммуникации» предусматривает использование в учебном процессе следующих активных и интерактивных форм проведения занятий и методов обучения:

- лекционные и практические занятия в интерактивной форме;

- семинарские занятия в форме анализа конкретных ситуаций (case-studies);
- анализ и обсуждение социальных отчетов компаний;
- выполнение аналитических заданий (проекты, case-studies) (индивидуальные и групповые/командные);
- самостоятельная работа студентов со специальной литературой и источниками Интернет;
- встречи с представителями ведущих отечественных и зарубежных предприятий и организаций/ guest speakers, visiting professors;
- консультации преподавателей;
- проведение промежуточной аттестации в устной и письменной (тестовой) формах.

9.1 Рекомендации по работе с учебной и научной литературой

В ходе лекционных занятий обучающимся рекомендуется выполнять следующие действия. Вести конспектирование учебного материала. Обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации по их применению. Задавать преподавателю уточняющие вопросы с целью уяснения теоретических положений, разрешения спорных ситуаций.

Желательно оставить в рабочих конспектах поля, на которых во внеаудиторное время можно сделать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений.

9.2 Методические указания студентам по написанию рефератов

Семинар – учебное занятие, в ходе которого организуется обсуждение фундаментальных или дискуссионных проблем изучаемой науки и связанной с ней практической деятельности.

В целях более подробного и адекватного анализ современной ситуации проблем КСО студентам рекомендуется обращаться к периодической литературе и материалам средств массовой информации, в которой можно найти не только аналитические статьи по различным аспектам обозначенных в тематике семинарских занятий проблем, но и статистические данные, материалы прикладного характера, нормативные документы. Целесообразно не ограничиваться указанными источниками, а осуществлять собственный поиск теоретических и практических материалов, что является одним из элементов самостоятельной информационно-аналитической работы студентов.

Подготовка к семинарским занятиям по дисциплине должна включать следующие аспекты:

- 1) знакомство с соответствующими главами учебника; оптимальным был бы вариант работы не с одним учебником, так как разными авторами избран различный подход к предмету, и полезно понять особенности подходов, сравнить их, чтобы выработать свою позицию;
- 2) чтение конспекта лекции;
- 3) изучение Интернет-источников.

Выбор реальных программ реализации КСО компаний, которые могут оказать помощь при подготовке к выступлению и позволят организовать на семинаре дискуссию, студент осуществляет по своему усмотрению, в соответствии со своими интересами, ориентируясь на вопросы семинарского занятия.

Выступление на семинаре должно быть достаточно аргументированным, занимать по времени не более трех минут. В ходе выступления желательно сопоставить точки зрения различных авторов по проблемам КСО. Предпочтительно, чтобы по одному вопросу выступило несколько студентов, высказывая свои мнения, дополняя друг друга. В идеале семинарское занятие должно проходить в форме дискуссии. Результаты работы

студентов на семинарских занятиях обязательно учитываются преподавателем при выставлении баллов.

9.3. Рекомендации студентам по подготовке презентаций

Проведение презентаций предусмотрено для дополнительного контроля, для расширения представлений о предмете.

Проведение презентаций в качестве самостоятельной работы студентов направлено на формирование навыков самостоятельной работы с дополнительными источниками информации. В процессе внеаудиторной работы обучающийся в большей степени сталкивается с различными сторонами реальности, что способствует развитию у обучающихся новых навыков и умений. В первую очередь тех умений, которые относятся к организации собственной работы. Это-планирование своей деятельности, реалистичное восприятие своих возможностей, умение работать с информацией.

Электронная презентация – электронный документ, представляющий набор слайдов, предназначенный для демонстрации проделанной работы. Целью любой презентации является визуальное представление замысла автора, максимально удобное для восприятия. Электронная презентация, выполненная в среде Microsoft PowerPoint или ее аналогах — удобный способ преподнести информацию самой разной аудитории — учащимся, коллегам, подчиненным, руководству.

Основным преимуществом презентации является, очевидно, возможность демонстрации текста, графики (фотографий, рисунков, схем), анимации и видео в любом сочетании для просмотра изображений. Для проведения успешной презентации, способной завоевать внимание слушателей и произвести на них должное впечатление, необходимо подготовить грамотную речь, правильно ее озвучить, соблюдая несложные правила поведения при публичном выступлении, а также уделить определенное внимание оформлению слайдов.

Оформление презентации. Презентация начинается со слайда, содержащего ее название и, возможно, имена авторов. Эти элементы обычно выделяются более крупным шрифтом, чем основной текст презентации. В качестве фона первого слайда можно использовать рисунок или фотографию, имеющую непосредственное отношение к теме презентации, однако текст поверх такого изображения должен читаться очень легко. Подобное правило соблюдается и для фона остальных слайдов. Тем не менее, монотонный фон или фон в виде мягкого градиента будет смотреться на первом слайде тоже вполне эффектно. Для оформления презентации следует использовать стандартные, широко распространенные пропорциональные шрифты, такие как Arial, Tahoma, Verdana, Times New Roman, Georgia и др. Использование шрифтов, не входящих в комплект, устанавливаемый по умолчанию вместе с операционной системой, может привести к некорректному отображению вашей презентации на другом компьютере, т. к. нестандартных шрифтов, которые решили использовать вы, там может просто не оказаться. Кроме того, большинство дизайнерских шрифтов, используемых обычно для набора крупных заголовков в печатных изданиях, оформления фирменного стиля, упаковок и т. д., в рамках презентации смотрятся слишком броско, отвлекают внимание от ее содержания, а порой и просто вызывают раздражение аудитории.

Обязательно иллюстрируйте презентацию рисунками, фотографиями, наглядными схемами, графиками и диаграммами. Яркие картинки привлекают внимание куда эффективнее, чем сухой текст или, порой, даже очень неплохая речь. Тема презентации предлагается студенту на выбор, в некоторых случаях, преподаватель определяет ее самостоятельно.

9.4. Рекомендации по написанию и оформлению рефератов

Назначение реферата

Реферат - письменная работа по определенной научной проблеме, краткое изложение содержания научного труда или научной проблемы. Он является действенной

формой самостоятельного исследования научных проблем на основе изучения текстов, специальной литературы, а также на основе личных наблюдений, исследований и практического опыта. Реферат помогает выработать навыки и приемы самостоятельного научного поиска, грамотного и логического изложения избранной проблемы и способствует приобщению студентов к научной деятельности.

Последовательность работы

1. Выбор темы исследования

Тема реферата выбирается студентом на основе его научного интереса. Также помощь в выборе темы может оказать преподаватель.

2. Планирование исследования включает следующие элементы:

- выбор и формулирование проблемы, разработка плана реферата;
- сбор и изучение исходного материала, поиск литературы;
- анализ собранного материала, теоретическая разработка проблемы;
- литературное оформление исследовательской проблемы;
- обсуждение работы (на семинаре, в студенческом научном обществе, на конференции и т. п.).

План реферата характеризует его содержание и структуру. Он должен включать в себя:

- введение, где обосновывается актуальность проблемы, ставятся цель и задачи исследования;
- основная часть, в которой раскрывается содержание проблемы;
- заключение, где обобщаются выводы по теме и даются практические рекомендации.

3. Поиск и изучение литературы

Для выявления необходимой литературы следует обратиться в библиотеку или к преподавателю. Подбранную литературу следует зафиксировать согласно ГОСТ по библиографическому описанию произведений печати.

Подобранная литература изучается в следующем порядке:

- знакомство с литературой, просмотр ее и выборочное чтение с целью общего представления проблемы и структуры будущей научной работы;
- исследование необходимых источников, сплошное чтение отдельных работ, их изучение, конспектирование необходимого материала (при конспектировании необходимо указывать автора, название работы, место издания, издательство, год издания, страницу);
- обращение к литературе для дополнений и уточнений на этапе написания реферата.

Для разработки реферата достаточно изучение 4-5 важнейших статей по избранной проблеме.

При изучении литературы необходимо выбирать материал, не только подтверждающий позицию автора реферата, но и материал для полемики.

4. Обработка материала

При обработке полученного материала автор должен:

- систематизировать его по разделам;
- выдвинуть и обосновать свои гипотезы;
- определить свою позицию, точку зрения по рассматриваемой проблеме;
- уточнить объем и содержание понятий, которыми приходится оперировать при разработке темы;
- сформулировать определения и основные выводы, характеризующие результаты исследования;
- окончательно уточнить структуру реферата.

5. Оформление реферата

При оформлении реферата рекомендуется придерживаться следующих правил:

- Следует писать лишь то, чем автор хочет выразить сущность проблемы, ее логику.
- Писать строго последовательно, логично, доказательно (по схеме: тезис – обоснование – вывод).
- Писать ярко, образно, живо, не только вскрывая истину, но и отражая свою позицию, пропагандируя полученные результаты.
- Писать осмысленно, соблюдая правила грамматики, не злоупотребляя наукообразными выражениями.

Реферат выполняется в соответствии с требованиями стандартов, разработанных для данного вида документов. Работа выполняется на листах формата А4 (210*297мм) с указанием порядка листов (снизу, справа) и с соблюдением трафаретов (полей):

- слева - 30 мм;
- справа - 10 мм;
- сверху - 20 мм;
- снизу - 20 мм.

Текст реферата может быть выполнен как в рукописном виде, так и с применением средств оргтехники. При выполнении работы в рукописном виде почерк должен быть легко читаем, не содержать неуставленных сокращений и не создавать затруднений при проверке. (В приложении дается образец титульного листа).

9.5. Рекомендации по самостоятельной работе студентов

В рамках учебного плана на самостоятельную работу студентов (СРС) по дисциплине «Эффективные бизнес-коммуникации» отводится 168 часов.

Самостоятельная работа включает следующие виды работ:

- поиск и изучение дополнительной литературы / информации в соответствии с программой курса;
- консультирование у преподавателя по наиболее сложным темам курса и по вопросам подготовки анализа практических ситуаций (case-studies) и проекта;
- выполнение самостоятельной тематической работы/ заданий (индивидуальных и групповых), предложенной преподавателем;
- подготовка к практическим (семинарским) занятиям.

СРС реализуется:

- непосредственно в процессе аудиторных занятий - на лекциях и практических/семинарских занятиях;
- при личном контакте с преподавателем вне рамок расписания - на консультациях, в ходе творческих контактов, при выполнении индивидуальных заданий, при ликвидации задолженностей и т.п.;
- в библиотеке, дома, в общежитии, на кафедре при выполнении студентом учебных и творческих задач.

Задания для СРС обеспечивают не только усвоение материала, проработанного в аудитории, но также предусматривают самостоятельную работу над новым материалом по изучаемой теме, ориентирующую на повторение пройденного, работу с различными источниками и критическое сравнение (сопоставление) знаний, получаемых из различных источников.

Кейс-технологии или *метод анализа ситуаций* относятся к интерактивным технологиям и направлены на:

- развитие навыков анализа и критического мышления;
- соединение теории и практики;
- разработку различных вариантов организационных управленческих решений;
- представление возможных последствий принятия решений, направленных на управление организационными изменениями;

- демонстрацию различных позиций и точек зрения, отражающих понимание ситуаций, связанных с процессами реструктуризации организации или их необходимостью;

- формирование навыков оценки альтернативных вариантов организационных изменений в условиях неопределённости.

Помимо достижения этих целей применение метода анализа ситуаций даёт дополнительные эффекты. Студенты:

- приобретают коммуникативные навыки точного выражения мыслей, слушания, аргументированного высказывания, контраргументации и пр.;

- развивают презентационные умения, навыки представления информации;

- приходят к выводу, что в большинстве реальных ситуаций не бывает только одного и непременно правильного решения и что наличие знаний, приобретённых в процессе обучения, не является панацеей для принятия решений, снимающих все проблемы;

- вырабатывают уверенность в себе и в своих силах, убежденность в том, что в реальной практической ситуации они смогут профессионально решать управленческие проблемы;

- формируют у себя устойчивые навыки рационального поведения в условиях неполной информации, что является характерным для большинства практических ситуаций;

- развивают навыки эффективного поведения при решении комплексных, многопрофильных проблем;

- формируют интерактивные умения, позволяющие эффективно взаимодействовать с партнерами и принимать коллективные решения;

- приобретают экспертные умения и навыки, необходимые руководителю для оценки деятельности персонала;

- расширяют практический опыт, позволяющий лучше познать выбранную профессию и приобщиться к управленческой деятельности;

- осуществляют самооценку и, на её основе, самокоррекцию индивидуального стиля общения;

- осваивают партнерские отношения и приобретают навыки делового человека и лидера;

- учатся учиться, самостоятельно отыскивая необходимые знания для решения ситуационной проблемы, осваивая алгоритмы управленческих решений.

В процессе работы над ситуациями у студентов формируется конкурентоспособность, развивается персональная и коллективная ответственность, шлифуются личностные ценности и установки.

9.6. Рекомендации студентам по решению тестов

Тест определяется как система вопросов определенного содержания, специфической формы. Тест состоит из тестовых заданий и ответов к ним. В задании формулируется вопрос или утверждение, содержащее постановку проблемы, и готовые ответы, которые студент подбирает самостоятельно. Среди ответов правильным обычно бывает только один, неправильных ответов должно быть 2-3. В тексте задания должна быть устранена всякая двусмысленность или неясность формулировок. В основную часть задания следует включать как можно больше слов, оставляя для ответа не более двух-трех наиболее важных, ключевых слов для данной проблемы. Тесты составлены так, что они охватывают все темы учебного курса по дисциплине. Всего студентам предлагается ответить на тесты, которые разбиты по темам изученного материала. Каждый тест включает вопрос и несколько вариантов ответов. Студенту достаточно выбрать один или несколько вариантов из предложенных ответов.

9.7. Рекомендации по работе с литературой

Основная часть самостоятельной работы должна включать самоподготовку студентов с использованием учебной литературы согласно списку литературы, приведенному в Рабочей программе по указанной дисциплине.

Студент должен самостоятельно освоить разделы, указанные в Рабочей программе для самостоятельной работы. Как правило, эти разделы включают в себя темы дисциплины, на которые в курсе читаемых лекций уделялось недостаточное внимание, либо эти разделы не включены в курс лекций, а должны осваиваться студентом самостоятельно. В разделы самостоятельной работы студентов также включаются наиболее сложные для понимания части дисциплины, требующие более детального и углубленного изучения и осмысления.

Студент должен найти в учебной литературе соответствующую тему, прочитать ее и попытаться изложить устно или письменно основные положения или идеи прочитанного раздела.

Далее студент должен составить сам письменно вопросы, отражающие основные положения разбираемой темы, и устно (или письменно) ответить на них.

Во многих рекомендуемых учебных пособиях в конце каждого раздела имеются тесты или уже сформулированные вопросы, на которые студент должен самостоятельно ответить.

Приветствуется работа студентов с научно-популярной литературой (брошюры, статьи в журналах, газетах, книги) по изучаемому разделу предмета, т. к. именно в ней обычно отражается наиболее современное понимание вопроса, перспективные тенденции развития и актуальные аспекты понимания темы, изложенные в доступной форме.

Желательно научиться самостоятельно использовать научную литературу, уметь воспользоваться реферативными журналами для поиска интересующей темы, обращаться к научным монографиям и журналам.

Одним из эффективных путей совершенствования самостоятельной работы является использование студентом Интернет-ресурсов, основными достоинствами которых являются: возможность реализации принципа индивидуальной работы; наличие быстрой обратной связи; большие возможности наглядного предъявления материала; вариативный характер и проблемность ситуаций; активность обучающихся; креативность.

Использование Интернет - ресурсов в учебно-познавательной деятельности студента в процессе самостоятельной работы является ориентированность на развитие интеллектуальных умений (владение приемами мыслительности, сформированность различных видов мышления: системность, проблемность, критичность, рефлексивность, гибкость, диалогичность и др.) и исследовательских умений (анализировать, сравнивать, выдвигать гипотезу, осуществлять индукцию, дедукцию) студентов. В результате организации самостоятельной работы можно выделить уровни самореализации студентов в самостоятельной работе с использованием Интернет-ресурсов/

10. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Преподавание дисциплины «Эффективные бизнес-коммуникации» осуществляется в аудиториях, оборудованных мультимедийным оборудованием для проведения лекций и семинарских занятий (проектор, компьютер/ноутбук/нетбук) с выходом в Интернет для использования ресурсов университета и сети Интернет.

При проведении лекций и проведении семинарских занятий используется программное обеспечение Microsoft Office (PowerPoint, Excel, Word).

11. Иные сведения и (или) материалы: (включаются на основании решения кафедры)

Оформление сведений о дополнении и изменении рабочей программы учебной дисциплины

Рабочие программы учебных дисциплин ежегодно обсуждаются, актуализируются на заседаниях ПМК, рассматриваются на заседаниях кафедр и утверждаются проректором по учебной работе, информация об изменениях отражается в листе сведений о дополнении и изменении рабочей программы учебной дисциплины. В случае существенных изменений программа полностью переоформляется. Обновленный электронный вариант программы размещается на сервере ГОУ ВПО «ДонАУиГС».

Изменения в РПУД могут вноситься в следующих случаях:

- изменение государственных образовательных стандартов или других нормативных документов, в том числе локальных нормативных актов;
- изменение требований работодателей к выпускникам;
- разработка новых методик преподавания и контроля знаний студентов.

Ответственность за актуализацию РПУД несут преподаватели, реализующие дисциплину.

СВЕДЕНИЯ О ДОПОЛНЕНИИ И ИЗМЕНЕНИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ НА 20__/20__ УЧЕБНЫЙ ГОД

«Название дисциплины»

Направление подготовки

(профиль/магистерская программа)

ДОПОЛНЕНО (с указанием раздела РПУД)
ИЗМЕНЕНО (с указанием раздела РПУД)
УДАЛЕНО (с указанием раздела РПУД)

Реквизиты протокола заседания кафедры	
от _____	№ _____
дата	