Министерство образования и науки Российской Федерации  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение   
высшего профессионального образования  
«Российский государственный профессионально-педагогический университет»

Институт экономики и управления

Кафедра экономики предпринимательства

#### УТВЕРЖДАЮ

Проректор по образовательной политике

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_В.Я. Шевченко

«\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_2011 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«**СОВРЕМЕННЫЕ БИЗНЕС - КОММУНИКАЦИИ**»

для студентов всех форм обучения

направления подготовки 051000.62 Профессиональное обучение (по отраслям)

профиля подготовки «Экономика и управление »

профилизации «Предпринимательская деятельность (с углубленным изучением английского языка)»

Екатеринбург

РГППУ

2011

**Рабочая** программа дисциплины «Современные бизнес -коммуникации**»**. Екатеринбург, ФГАОУ ВПО «Российский государственный профессионально-педагогический университет», 2011. 24 с.

Настоящая программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВПО с учетом рекомендаций Примерной основной образовательной программы по направлению подготовки 051000.62 Профессиональное обучение (по отраслям).

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Авторы: | канд. пед. наук | Н.И. Зырянова |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
| Рецензент: | канд. пед. наук | Е.А.Павлов |

Одобрена на заседании кафедры экономики предпринимательства. Протокол от №

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Заведующая кафедрой экономики предпринимательства |  | Л.П. Пачикова |

Рекомендована к печати методической комиссией Института экономики и управления РГППУ. Протокол от №

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Председатель методической комиссии ИнЭУ |  | Ф.Д. Босько |
|  |  |  |
| СОГЛАСОВАНО  Зав. сектором инспектирования ИМО УМУ |  | С. В. Пеннер |
|  |  |  |
| Директор ИнЭУ |  | А.Г. Мокроносов |

© ФГАОУ ВПО «Российский государственный профессионально-педагогический университет», 2011

© Н.И. Зырянова, 2011

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Современные бизнес коммуникации – это комплексная дисциплина, изучающая аспекты общения людей в деловой сфере, факторы обеспечения эффективности деловых контактов.

*Целью* изучения курса, соотнесенной с общими целями ООП ВПО, является *формирование профессиональной компетентности бакалавра профессионального обучения посредством освоения базовых понятий о системе коммуникаций, характерных для современных организаций сферы бизнеса, создающих возможность развития навыков деловой коммуникации,* на основе которых будущий бакалавр сумеет самостоятельно овладевать новыми знаниями в условиях постоянного развития науки и производства. Данное требование обусловлено областью профессиональной деятельности выпускника: осуществлять подготовку учащихся в образовательных учреждениях по программам начального, среднего и дополнительного профессионального образования, учебно-курсовой сети предприятий и организаций, в центрах по подготовке, переподготовке и повышению квалификации рабочих и специалистов, а также в службе занятости населения.

Для приобретения умений и навыков, необходимых для профессиональной деятельности, изучение дисциплины «Современные бизнес коммуникации» преследует решение следующих задач:

1) *развитие* общекультурных компетенций на основе получения комплексного представления о специфике осуществления бизнес-коммуникации, основных направлениях данной деятельности;

2) *формирование* общепрофессиональных компетенций, связанных со способностью научно анализировать проблемы и процессы профессиональной области, умением использовать на практике базовые знания и методы современных бизнес коммуникаций; нести ответственность за результаты своей профессиональной деятельности;

3) *формирование* профессиональных компетенций бакалавра профессионального обучения, направленных на взаимодействие с коллегами, социальными партнерами, конкурентами, клиентами, заинтересованными в обеспечении качества деловых коммуникаций.

1. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП ВПО

Дисциплина «Современные бизнес коммуникации» относится к факультативам (Б7) и является переходной к профессиональному циклу данного профиля. Она дает возможность расширения и углубления базовых знаний и навыков для успешной профессиональной деятельности и для продолжения обучения в магистратуре.

Для изучения данной учебной дисциплины необходимы следующие знания, умения и навыки, формируемые предшествующими дисциплинами:

* 1. Из курса «Менеджмент»:

*Знания*: тенденций социально-экономических процессов в современном мире и их взаимосвязь с другими процессами, происходящими в социально-экономической среде; особенностей управления организациями в современных условиях; основ управления личным и рабочим временем.

*Умения*: разрабатывать рациональную организацию менеджмента; разрабатывать и обосновывать варианты эффективных управленческих решений, и выбирать наиболее оптимальные управленческие решения.

*Владения*: опытом принятия объективных управленческих и организационных решений, их оценки и анализа; научной организацией своего труда.

* 1. Из курсов «Общая психология», «Психология профессионального образования»:

*Знания*: закономерности психического развития и особенности их проявления в учебном процессе в разные возрастные периоды; способов взаимодействия педагога с различными субъектами педагогического процесса; особенностей социального партнерства в системе образования.

*Умения*: осуществлять педагогический процесс в различных возрастных группах и различных типах образовательных учреждений; создавать педагогически целесообразную и психологически безопасную образовательную среду; использовать в образовательном процессе разнообразные ресурсы; бесконфликтно общаться с различными субъектами педагогического процесса.

*Владения*: способами взаимодействия с другими субъектами образовательного процесса; различными средствами коммуникации в профессиональной педагогической деятельности; способами установления контактов и поддержания взаимодействия с субъектами образовательного процесса в условиях поликультурной образовательной среды.

* 1. Из курса «Экономика и организация труда»:

*Знания*: особенности формирования и регулирования занятости и рынка труда в условиях рыночных отношений и переходной экономики; требования, принципы, методы формирования, использования, оценки трудовых ресурсов, трудового потенциала, рабочей силы; основные теории и методы мотивации и стимулирования труда; методы измерения производительности иэффективности труда; функции, принципы, элементы организации оплаты труда; направления и методы регулирования доходов и уровня жизни населения; общие принципы социальной защиты населения.

*Умения*: проводить сравнительный анализ различных концепций, взглядов, подходов к экономическим, правовым и социологическим аспектам труда, видеть их взаимосвязанность; организовывать свой труд и труд своих подчиненных; формулировать цели и намечать пути их достижения; находить рациональные подходы к решению проблем; предвидеть последствия своих решений; контактировать с коллегами по работе и партнерами по бизнесу.

*Владения*: методиками объяснения сути социальных и экономических процессов, явлений на рынке труда на микроэкономическом и макроэкономическом уровнях; основами методов исследований рынка труда.

* 1. Из курсов «Деловой английский язык», «Английский язык для экономистов», «Профессиональный английский язык»:

*Знания*: общие сведения о социокультурной специфике делового социума страны изучаемого языка; общие сведения о ситуациях межкультурной деловой коммуникации; общие сведения по правым, финансовым, этическим, межличностными аспектам страны изучаемого языка.

*Умения*: следить за основным содержанием достаточно продолжительных диалогов на общеразговорные темы; участвовать в деловом разговоре или дискуссии;

*Владения*: способами письменной и устной коммуникации на английском языке.

Перечень последующих учебных дисциплин, для которых необходимы знания, умения и владения, формируемые данной учебной дисциплиной:

* Маркетинг;
* Производственный менеджмент/Управление персоналом;
* Культурология/Профессиональная этика;
* Подготовка выпускной квалификационной работы.

1. КОМПЕТЕНЦИИ СТУДЕНТА, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

По окончании изучения курса студент должен:

Знать:

* основные направления деловой коммуникации;
* специфику межличностного общения в бизнес-коммуникациях;
* основные понятия и направления профессиональной деятельности в условиях кризисов;
* определения основных направлений управления бизнес-коммуникациями в современных условиях.

Уметь:

* изыскивать ресурсы для исследований бизнес-процессов;
* собирать и накапливать знания по вопросам деловых коммуникаций;
* убеждать партнеров, инвесторов, смежников, поставщиков, контролеров и потребителей, заинтересовывать своей бизнес-идеей;
* удачно назвать новое явление, новый материал, описать новые открытия, сделанные в ходе инновационной деятельности;
* решать профессиональные задачи, связанные с деловыми коммуникациями.

Владеть / быть в состоянии продемонстрировать:

* ораторским мастерством;
* способами уверенной дискуссии и успешной презентации;
* широким набором гуманитарных знаний и коммуникативных инструментов.

1. СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ
   1. Объем дисциплины и виды учебной работы

Таблица 1

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Вид учебной работы | Всего зачетных единиц (часов) | Семестры | |
| 5-й | 6-й |
| Общая трудоемкость дисциплины | 2 (72) | 2 (72) |  |
| Аудиторные занятия | 30 | 30 |  |
| лекции | 16 | 16 |  |
| практические занятия | 8 | 8 |  |
| семинарские занятия | 6 | 6 |  |
| лабораторные работы |  |  |  |
| другие виды аудиторных занятий |  |  |  |
| Самостоятельная работа | 42 | 42 |  |
| изучение теоретического курса | 16 | 16 |  |
| курсовая работа |  |  |  |
| домашние задания | 26 | 26 |  |
| подготовка к экзамену |  |  |  |
| Вид промежуточного контроля |  | зачет |  |

* 1. Содержание и тематическое планирование дисциплины

Таблица 2

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Разделы учебной дисциплины | Семестр | Неделя семестра | Виды учебной деятельности и трудоемкость  *(в часах)* | | | | Формы текущего контроля успеваемости *(по неделям семестра)*  Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)* |
| Лекции | Практические занятия | СРС | Консультации |
|  | Теоретические аспекты бизнес-коммуникаций | | | | | | | |
| 1.1. | Понятие и структура бизнес-коммуникации. | 7 | 1 | 1 | 1 | 2 | Еженед. | Входной контроль – 1;  Собесед. – 1. |
| 1.2. | Особенности межличностной коммуникации в деловой среде. | 7 | 2 | 1 | 1 | 4 | Еженед. | Собесед. – 2, Участие в практ. занятии – 2. Тематич. тест - 2 |

Продолжение таблицы 2

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Разделы учебной дисциплины | Семестр | Неделя семестра | Виды учебной деятельности и трудоемкость  *(в часах)* | | | | Формы текущего контроля успеваемости *(по неделям семестра)*  Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)* |
| Лекции | Практические занятия | СРС | Консультации |
| 2 | Деловая коммуникация | | | | | | | |
| 2.1. | Средства и виды деловой коммуникации. | 7 | 3 | 1 | 1 | 2 | Еженед. | Собесед. – 3; Участие в практ. занятии – 3. |
| 2.2. | Коммуникативные качества личности и их проявление в деловой коммуникации. | 7 | 4 | 1 | 1 | 4 | Еженед. | Собесед. – 4; Участие в практ. занятии – 4; Тематич. тест -4. |
| 2.3. | Поликультурность современной деловой коммуникации. | 7 | 5,6 | 2 | 2 | 6 | Еженед. | Участие в круглом столе – 6. |
| 3 | Организационные коммуникации | | | | | | | |
| 3.1. | Характеристика организационных коммуникаций. | 7 | 7 | 1 | 1 | 2 | Еженед. | Собесед. – 7; Участие в практ. занятии – 7. |
| 3.2. | Стратегические коммуникации в бизнес-организациях. | 7 | 8 | 1 | 1 | 4 | Еженед. | Собесед. – 8; Участие в практ. занятии – 8. |
| 3.3. | Кризисные коммуникации. | 7 | 9 | 1 | 1 | 4 | Еженед. | Собесед. – 9; Участие в практ. занятии – 9; Тематич. тест – 9. |
| 4. | Маркетинговые коммуникации | | | | | | | |
| 4.1. | Природа маркетинговых коммуникаций. | 7 | 10,11 | 2 | 1 | 2 | Еженед. | Собесед. – 10; Участие в практ. занятии – 11. |
| 4.2. | Формы маркетинговых коммуникаций. | 7 | 11,12 | 2 | 1 | 4 | Еженед. | Собесед. – 11; Участие в в практ. занятии – 12; Тематич. тест -12. |
| 5 | Бизнес-коммуникации в управлении персоналом | | | | | | | |
| 5.1. | Нормативно-методическое обеспечение профессиональной и коммуникативной деятельности. | 7 | 13 | 1 | 1 | 2 | Еженед. | Собесед. – 13; Участие в в практ. занятии – 13. |
| 5.2. | Бизнес-коммуникации в трудовом коллективе. | 7 | 14,15 | 2 | 2 | 6 | Еженед. | Собесед. – 14; Участие в в практ. занятии – 15; Итоговый тест – 15.. |

Окончание таблицы 2

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Разделы учебной дисциплины | Семестр | Неделя семестра | Виды учебной деятельности и трудоемкость  *(в часах)* | | | | Формы текущего контроля успеваемости *(по неделям семестра)*  Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)* |
| Лекции | Практические занятия | СРС | Консультации |
| **Всего за курс** | | | | **16** | **14** | **42** |  | **Зачет** |
| **72** | | | |

* 1. Содержание дисциплины

**Раздел 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ БИЗНЕС-КОММУНИКАЦИЙ**

***Тема 1. Понятие и структура бизнес-коммуникации*.**

Понятие бизнес-коммуникации в современной науке и практике: обзор основных подходов. Бизнес-коммуникация в менеджерской, маркетинговой и коммуникативной парадигмах. Коммуникативный подход к бизнес-коммуникации. Широкое и узкое понимание бизнес-коммуникации. Соотношение понятий «деловая коммуникация», «организационная коммуникация» и «бизнес-коммуникация». Субъекты и объекты бизнес-коммуникации.

Структурные измерения и уровни бизнес-коммуникации. Типы и виды деловых коммуникаций и бизнес-коммуникаций.

Предмет, объект и методологический базис теории и практики бизнес-коммуникации.

***Тема 2. Особенности межличностной коммуникации в деловой среде***

Деловая межличностная коммуникация: типичные ситуации и роли. Основные парадоксы и патологии межличностной коммуникации в деловом общении. Особенности и функции неформальной коммуникации в деловой сфере общения. Проблема совместимости в рабочей группе.

Типичные трудности межличностного взаимодействия в деловом общении. Продуктивный и непродуктивный стили делового межличностного общения. Виды коммуникативного поведения в конфликтных ситуациях и с конфликтными людьми.

**Раздел 2. ДЕЛОВАЯ КОММУНИКАЦИЯ**

***Тема 1. Средства и виды деловой коммуникации***

Основные понятия и особенности деловой коммуникации. Понятие коммуникативной компетентности в деловой сфере. Деловая коммуникация как процесс: структура коммуникативного процесса и его основные элементы. Показатели эффективности деловой коммуникации как процесса. «Невербальный язык» партнеров в деловой коммуникации. Убеждение и слушание в деловом общении. Письменные коммуникации в деловой сфере.

***Тема 2. Коммуникативные качества личности и их проявление в деловой коммуникации***

Понятие личности и ее основные свойства. Методы определения личностных свойств. Коммуникативные типы деловых партнеров. Модели коммуникативного поведения в деловой сфере. Этика и этикет делового общения.

***Тема 3. Поликультурность современной деловой коммуникации***

Понятие деловой культуры и основные факторы ее формирования. Типология деловых культур: подходы и критерии типологизации. Формирование деловой культуры в России. Особенности межкультурной деловой коммуникации.

**Раздел 3. ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ КОММУНИКАЦИИ**

***Тема 1. Характеристика организационных коммуникаций*.**

Понятие организационных коммуникаций. Основные подходы к определению и анализу организационных коммуникаций. Основные характеристики организационных коммуникаций. Организация, организационная культура и организационные коммуникации. Виды организационных коммуникаций.

Исследование и управление организационными коммуникациями. Необходимость интеграции организационных коммуникаций, концепция интегрированных коммуникаций.

*Тема 2. Стратегические коммуникации в бизнес-организациях*

Понятия коммуникативной стратегии, тактики, политики. Критерии выделения стратегических коммуникаций. Виды коммуникативных стратегий. Система коммуникативных интеграторов. Миссия, философия, девиз, история. Имя, логотип, герб, флаг, гимн как символические интеграторы. Стратегические цели и планы как реализация миссии. Имидж и репутация бизнес-организации. Система информирования и восприятие общественностью миссии и других интеграторов.

Бренд как результирующий коммуникативный интегратор. Бренд как известное имя. Семиотика и приемы нэйминга. Брендинг как стратегия продвижения имиджа организации. Приемы и инструменты брендинга. Коммуникативные стратегии успешного брендинга и ребрендинга.

***Тема 3. Кризисные коммуникации***

Понятие риска и рисковой коммуникации. Основные теоретические подходы в понимании рисков. Понятие кризиса. Типология кризисов. Сравнительный анализ традиционной и кризисной коммуникации.

Информационные и коммуникативные характеристики кризиса. Динамика развития кризиса в организации. Проблемы, затрудняющие разрешение кризиса. Мышление в кризисной ситуации. Способы принятия решений в кризисной ситуации. Основные ошибки менеджмента в кризисной ситуации.

Целевые аудитории кризисной коммуникации. Программа предкризисных мероприятий. План кризисной коммуникации. Кризисный пакет организации: структура и методы подготовки. Проверка готовности организации к кризису.

Организация работы кризисной команды в условиях разворачивающегося кризиса. Правила «Тайленола». Кризисное послание: структура и методы разработки. Конструирование антикризисной информации с учетом психологических особенностей её восприятия. Понятие и структура версии. Алгоритм действий кризисной команды: менеджмент кризисной коммуникации. Основные технологические приемы работы в условиях кризиса.

**Раздел 4. МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ**

***Тема 1. Природа маркетинговых коммуникаций.***

Маркетинговые коммуникации и управление продвижением товара – природа, понятие. Маркетинговые коммуникации как система**.** Возникновение и развитие понятия «маркетинговая коммуникация» как основная составляющая «marketing mix».

Особенности коммуникационной стратегии в сфере business-to-business. Исследования как элемент управления маркетинговыми коммуникациями в business-to-business. Планирование программ коммуникаций с рынком в сфере business-to-business, выбор оптимальных каналов коммуникаций.

***Тема 2.******Формы маркетинговых коммуникаций.***

СМИ в системе маркетинговых коммуникаций в сфере business-to-business. Технологии бизнес-коммуникаций в сети Интернет. Интернет-технологии как элемент управления business-to-business –процессами.

Особенности маркетинговых коммуникаций с различными целевыми группами.

Техника анализа влияния факторов окружающей среды на бизнес - STEP (социальные, технологические, экономические, политические факторы) и ее современная модификация - SLEPTC (анализ правовой среды и общественных традиций).

**Раздел 5. БИЗНЕС-КОММУНИКАЦИИ В УПРАВЛЕНИИ ПЕРСОНАЛОМ**

***Тема 1. Нормативно-методическое обеспечение профессиональной и коммуникативной деятельности***

Особенности и принципы управления персоналом. Нормативно-методическое обеспечение профессиональной и коммуникативной деятельности при реализации основных функций по управлению персоналом. Обзор нормативно-правовых и методических материалов в области управления персоналом. Нормативно-методическое обеспечение и специфические черты коммуникативного процесса при подборе персонала: организация коммуникативного процесса со стороны работодателя; коммуникативные навыки претендента на рабочее место.

***Тема 2. Бизнес-коммуникации в трудовом коллективе.***

Коммуникации в процессе адаптации работника. Организация эффективной обратной связи. Коммуникативные процессы при перемещениях и планировании карьеры.

Коммуникации в процессе оценки достижений руководителей и специалистов. Профессиональное обучение и повышение уровня коммуникативной компетенции.

Цели и процессы коммуникации в ситуациях трудовых конфликтов.

Коммуникативные процессы в ситуации наказания и увольнения работников: разнообразие мотивов и форм критики; коммуникации в процессе увольнения.

Социальное партнерство и коммуникации в процессе его налаживания. Социально-психологический климат — показатель зрелости и эффективности коммуникативных процессов в коллективе.

1. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В преподавании курса «Современные бизнес коммуникации» предусмотрено использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий:

● лекции;

● практические занятия, в рамках которых решаются задачи, обсуждаются вопросы лекций и домашних заданий;

● разбор конкретных экономических ситуаций (кейс-технологии);

● учебные дискуссии;

● учебные круглые столы;

● учебные презентации;

● экспресс-диагностика и тестирование по отдельным темам дисциплины;

● самостоятельная работа студентов, включающая усвоение теоретического материала, выполнение домашних заданий, подготовка к текущему контролю знаний и к промежуточным аттестациям;

● рейтинговая технология контроля учебной деятельности студентов для обеспечения их ритмичной работы в течение семестра;

● консультирование студентов по вопросам учебного материала, решения задач,

● технологии кооперативного обучения, проектирования, развития критического мышления.

Эти технологии в сочетании с внеаудиторной работой решают задачи формирования и развития профессиональных умений и навыков обучающихся, как основы профессиональной компетентности в сфере образования.

1. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ИТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ
   1. Контрольные вопросы и задания для самостоятельной работы студентов для подготовки к практическим занятиям
2. Понятие бизнес-коммуникации в современной науке и практике.
3. Бизнес-коммуникация в научных парадигмах.
4. Коммуникативный подход к бизнес-коммуникации.
5. Субъекты и объекты бизнес-коммуникации.
6. Типы и виды деловых коммуникаций и бизнес-коммуникаций.
7. Основные парадоксы и патологии межличностной коммуникации.
8. Особенности и функции неформальной коммуникации.
9. Проблема совместимости в рабочей группе.
10. Типичные трудности межличностного взаимодействия.
11. Продуктивный и непродуктивный стили делового межличностного общения.
12. Виды коммуникативного поведения в конфликтных ситуациях.
13. Особенности деловой коммуникации.
14. Коммуникативная компетентность в деловой сфере.
15. Структура коммуникативного процесса и его основные элементы.
16. «Невербальный язык» партнеров в деловой коммуникации.
17. Убеждение и слушание в деловом общении.
18. Письменные коммуникации в деловой сфере.
19. Коммуникативные типы деловых партнеров.
20. коммуникативного поведения в деловой сфере.
21. Типология деловых культур.
22. Формирование деловой культуры в России.
23. Особенности межкультурной деловой коммуникации.
24. Основные подходы к определению и анализу организационных коммуникаций.
25. Виды организационных коммуникаций.
26. Концепция интегрированных коммуникаций.
27. Понятия коммуникативной стратегии, тактики, политики.
28. Критерии выделения стратегических коммуникаций.
29. Система коммуникативных интеграторов.
30. Система информирования и восприятие общественностью миссии и других интеграторов.
31. Бренд как результирующий коммуникативный интегратор.
32. Семиотика и приемы нэйминга.
33. Коммуникативные стратегии успешного брендинга и ребрендинга.
34. Теоретические подходы в понимании рисков.
35. Типология кризисов.
36. Сравнительный анализ традиционной и кризисной коммуникации.
37. Целевые аудитории кризисной коммуникации.
38. Программа предкризисных мероприятий.
39. План кризисной коммуникации.
40. Кризисный пакет организации.
41. Алгоритм действий кризисной команды.
42. Основные технологические приемы работы в условиях кризиса.
43. Маркетинговые коммуникации как система.
44. Особенности коммуникационной стратегии в сфере business-to-business.
45. СМИ в системе маркетинговых коммуникаций.
46. Технологии бизнес-коммуникаций в сети Интернет.
47. Техника анализа влияния факторов окружающей среды на бизнес.
48. Коммуникации в процессе адаптации работника.
49. Коммуникации в процессе оценки достижений работников предприятия.
50. Направления повышения уровня коммуникативной компетенции.
51. Цели и процессы коммуникации в ситуациях трудовых конфликтов.
52. Коммуникативные процессы в ситуации наказания и увольнения работников.
53. Социальное партнерство и коммуникации в процессе его налаживания.
    1. Темы рефератов и эссе для подготовки к практическим занятиям
54. Методы профилактики стресса и стрессовых ситуаций в деловой среде.
55. Родственники в организации: преимущества и трудности.
56. Социальные, личностные, социально-психологические истоки и последствия «трудоголизма».
57. Личные связи как ресурс бизнес-коммуникации.
58. Ребрендинг компании.
59. Маркетинговые коммуникации и этика.
60. Особенности деловой коммуникации в России: традиционное и инновационное.
61. Современная организационная культура и специфика деловой коммуникации.
62. Динамика российской деловой коммуникации в постсоветский период.
63. Контекст эффективной организационной коммуникации: теория и практика.
64. Неформальные коммуникации в организации как ресурс развития.
65. Структурно-коммуникативная специфика современной организации.
66. Коммуникации в условиях кризисов.
67. Фактор риска и вероятность мошенничества в бизнес-коммуникациях.
68. Национальная специфика и ее влияние на бизнес-коммуникации.
69. Международные бизнес-коммуникации в системе предпринимательства.
70. Бизнес-коммуникации: их роль и значение на рынке труда.
71. Анализ национальных стилей бизнес-общения.
72. Основные особенности речи делового человека.
73. Теоретические подходы к моделированию коммуникационных процессов в современной организации.
74. Малое предпринимательство и бизнес-коммуникации.
75. Бизнес-коммуникации и брендинг.
76. Мастерство делового общения.
77. Бизнес-коммуникации как система деловой общественной активности людей.
78. Роль бизнес-сувениров в деловом общении.
79. Коммуникации и корпоративная культура.
80. Интегрированные бизнес-коммуникации и их значение.
81. Психотехника аттракции и убеждения.
82. Бизнес-коммуникации: новые возможности получения конкурентных преимуществ.
83. Невербальные коммуникации в межкультурном общении.
    1. Задания к контрольной работе
84. Бизнес-коммуникации: новые возможности получения конкурентных преимуществ.
85. Маркетинговые коммуникации: интегрированный подход.
86. Эффективные бизнес-коммуникации.
87. Межличностные коммуникации.
88. Имидж в бизнес-коммуникациях.
89. Деловой этикет в бизнес-коммуникации.
90. Организация и планирование бизнес-коммуникаций: методология и методика.
91. Письменная деловая коммуникация в сфере экономического бизнеса.
92. Ораторское искусство – путь к успеху.
93. Искусство коммуникации с помощью электронных средств связи.
94. Новые идеи в теории и практике коммуникации.
95. Деловая коммуникация в профессиональной деятельности.
96. Двухсторонняя коммуникация: методика организации общественного диалога.
97. Метатеория социальной коммуникации.
98. Искусство презентации за 30 минут.
    1. Вопросы для подготовки к зачету
99. Понятие бизнес-коммуникации.
100. Основные подходы к определению бизнес-коммуникации.
101. Соотношение понятий бизнес-коммуникация, деловая коммуникация, организационная коммуникация.
102. Субъекты и объекты бизнес-коммуникации.
103. Предмет, объект и методологический базис теории и практики бизнес-коммуникации.
104. Деловая межличностная коммуникация: типичные ситуации и роли.
105. Основные парадоксы и патологии межличностной коммуникации в деловом общении.
106. Особенности и функции неформальной коммуникации в деловой сфере общения.
107. Типичные трудности межличностного взаимодействия в деловом общении.
108. Продуктивный и непродуктивный стили делового общения.
109. Способы эмоциональной саморегуляции в деловом общении.
110. Предмет и особенности деловой коммуникации.
111. Деловая коммуникация как процесс.
112. Коммуникативные барьеры.
113. Принципы эффективности деловых коммуникаций.
114. Коммуникативные типы деловых партнеров.
115. Невербальный язык деловых партнеров.
116. Убеждение и слушание в деловой коммуникации.
117. Формы деловой коммуникации.
118. Этика, этикет и протокол делового общения.
119. Понятие организационной коммуникации.
120. Основные подходы к анализу и определению организационных коммуникаций.
121. Основные характеристики организационных коммуникаций.
122. Виды организационных коммуникаций.
123. Концепция интегрированных коммуникаций.
124. Понятие коммуникативной стратегии, тактики, политики.
125. Система коммуникативных интеграторов.
126. Имидж и репутация бизнес-организаций.
127. Бренд как результирующий коммуникативный интегратор.
128. Коммуникативные стратегии брендинга и ребрендинга.
129. Природа маркетинговых коммуникаций. Формы и виды.
130. Основные принципы маркетинговых коммуникаций в сфере business-to-business.
131. Типологии коммуникаций в организации.
132. Коммуникационный менеджмент в управлении информацией в организации.
133. Прагматические свойства коммуникации и управление поведением в организации.
134. Формирование контекста доверия в организации.
135. Антикризисные практики коммуникационного менеджмента.
136. Понятие риска и рисковой коммуникации.
137. Сравнительный анализ традиционной и кризисной коммуникации.
138. Информационные и коммуникативные характеристики кризиса.
139. Программа и план кризисной коммуникации.
140. Кризисный пакет организации.
141. Алгоритм действий кризисной команды.
142. Коммуникации в процессе адаптации работника.
143. Коммуникативные процессы при перемещениях и планировании карьеры.
144. Коммуникации в процессе оценки достижений работников предприятия.
145. Направления повышения уровня коммуникативной компетенции.
146. Коммуникативные процессы в ситуации наказания и увольнения работников.
147. Социальное партнерство и коммуникации в процессе его налаживания.
148. Показатели эффективности коммуникативных процессов в коллективе.
149. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

*Основная литература*

1. Басаков, М.И. Управление персоналом [Текст] : конспект лекций : пособие для подгот. к экзаменам / М.И. Басаков. - 5-е изд., перераб. и доп. - Ростов н/Д : Феникс, 2009. - 155 с.
2. Введенская, Л.А. Культура речи государственного служащего [Текст] : учеб.-практ. пособие / Л.А. Введенская, Л.Г. Павлова, Е.Ю. Кашаева. - Ростов н/Д : Феникс, 2011. - 475 с.
3. Ильин, Е.П. Психология общения и межличностных отношений [Текст] / Е.П. Ильин. - СПб. [и др.] : Питер, 2009. - 573 с.
4. Ковальчук, А.С. Основы имиджелогии и делового общения [Текст] : учеб. пособие для вузов [Гриф Минобразования РФ] / А.С. Ковальчук. - 6-е изд., перераб. и доп. - Ростов н/Д : Феникс, 2009. - 283 с.
5. Коммуникационный менеджмент. Этика и культура управления [Текст] : [учеб. пособие для вузов] / Т.Ю. Анопченко [и др.]. - Ростов н/Д : Феникс, 2010. - 381 с.
6. Кукушин, В.С. Психология делового общения [Текст] : учеб. пособие / В.С. Кукушин. - 2-е изд., испр. и доп. - Ростов н/Д : МарТ : Феникс, 2010. – 364 с.
7. Макаров, Б.В. Деловой этикет [Текст] : [учеб. пособие для вузов] / Б.В. Макаров, А.В.Непогода. - Ростов н/Д : Феникс, 2010. - 317 с.
8. Основы профориентологии [Текст] : учеб. пособие для вуза [Гриф УМО] / С.И. Вершинин [и др.]. - М. : Академия, 2009. - 176 с.
9. Покровская, Е.А. Бизнес-коммуникации. [Текст] / Е.А. Покровская, И.Б. Лобанов. – М.: Дашков и Ко, Наука-Пресс, 2010. – 288 с.
10. Самыгин, С.И. Деловое общение [Текст] : учеб. пособие для вузов [Гриф УМО] / С.И. Самыгин, А.М. Руденко. - М. : КноРус, 2010. - 436 с.
11. Семенова, С.Л. Психология делового общения [Текст] : учеб. пособие для вузов / С.Л. Семенова, М.М. Дудина, В.М. Шевелев ; Рос. гос. проф.-пед. ун-т. - Екатеринбург : Издательство РГППУ, 2009. - 402 с.

*Дополнительная литература*

1. Казначевская, Г.Б. Менеджмент [Текст] : учебник [Гриф Минобразования РФ] / Г.Б. Казначевская. - 11-е изд., доп. и перераб. - Ростов н/Д : Феникс, 2010. - 347 с.
2. Кириллова, Н.Б. Медиаменеджмент как интегрирующая система [Текст] : [учеб. монография] / Н.Б. Кириллова. - М. : Академический Проект, 2008. - 412 с.
3. Малый бизнес [Текст] : учеб. пособие для вузов [Гриф УМО] / В.Я. Горфинкель [и др.] ; под ред. В.Я. Горфинкеля. - М. : КноРус, 2009. – 336 с.
4. Мельник, Г.С. Деловая журналистика [Текст] : учеб. пособие для вузов [Гриф УМО] / Г.С. Мельник, С.М. Виноградова. - СПб. [и др.] : Питер, 2010. - 304 с.
5. Павлова, Л.Г. Основы делового общения [Текст] : учеб. пособие для вузов / Л.Г. Павлова ; ред. Л.А. Введенская. - 2-е изд. - Ростов н/Д : Феникс, 2009. - 311 с.
6. Управление персоналом [Текст] : энциклопедия / А.Я. Кибанов [и др.] ; под ред. А.Я. Кибанова. - М. : ИНФРА-М, 2009. - 554 с.
7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Книжный фонд библиотеки.

Компьютерный класс.

Технические средства обучения.

Аудио-видео аппаратура.

Наглядные пособия.

|  |
| --- |
|  |

Рабочая программа дисциплины

##### «Экономика образования»

Подписано в печать \_\_\_\_\_\_\_\_\_. Формат 60×84/16. Бумага для множ. аппаратов.

Печать плоская. Усл. печ. л. \_\_\_. Уч.-изд. л.\_\_\_\_. Тираж \_\_\_\_ экз. Заказ № \_\_\_\_.

ФГАОУ ВПО «Российский государственный профессионально-педагогический университет». Екатеринбург, ул. Машиностроителей, 11.

Ризограф ФГАОУ ВПО РГППУ. Екатеринбург, ул. Машиностроителей, 11.