



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ГЕОДЕЗИИ И КАРТОГРАФИИ
(МИИГАиК)

Факультет управления территориями
Кафедра экономики



**ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ**

Сертификат: 5387FD2AF5B17FED816FDE9A1D4973B1
Владелец: Степанченко Алексей Леонидович
Действителен: с 21.07.2025 по 14.10.2026

«УТВЕРЖДАЮ»

Проректор
А. Л. Степанченко
16 февраля 2024 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
«Б1.В.ДВ.01.01 ОСНОВЫ БИЗНЕС-КОММУНИКАЦИЙ»**

Уровень высшего образования: бакалавриат

Направление подготовки: 38.03.01 Экономика

Направленность(профиль) подготовки: Бизнес-аналитика в сфере недвижимости

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная

Год набора (приема на обучение): 2024

Срок получения образования: 4 года

Объем:
в зачетных единицах: 3 з.е.
в академических часах: 108 ак.ч.

Москва, 2024

Разработчики:

Преподаватель кафедры Экономики Астахова И. И.

Рабочая программа дисциплины (модуля) составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.01 Экономика, утвержденного приказом Минобрнауки от 12.08.2020 № 957

Согласование и утверждение

№	Подразделение	Ответственное лицо	ФИО	Виза	Дата, протокол (при наличии)
1	факультет Управления территориями	Председатель ученого совета факультета	Зозуля В. В.	Рассмотрено	31.01.2024, № 01-24

Содержание

1. Цель и задачи освоения дисциплины (модуля)
2. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы
3. Место дисциплины в структуре ОП
4. Объем дисциплины и виды учебной работы
5. Содержание дисциплины
 - 5.1. Разделы, темы дисциплины и виды занятий
 - 5.2. Содержание разделов, тем дисциплины и формы текущего контроля
6. Оценочные материалы текущего контроля
7. Оценочные материалы промежуточной аттестации
8. Порядок проведения промежуточной аттестации
9. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины
 - 9.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы
 - 9.2. Профессиональные базы данных и ресурсы «Интернет», к которым обеспечивается доступ обучающихся
 - 9.3. Программное обеспечение и информационно-справочные системы, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине
 - 9.4. Оборудование и технические средства обучения
10. Методические указания по освоению дисциплины (модуля)

1. Цель и задачи освоения дисциплины (модуля)

Цель освоения дисциплины - Цели дисциплины – дать комплексные знания и сформировать компетенции в области деловых и межкультурных коммуникаций, самоменеджмента, имиджпроектирования, конфликтологии, психологии влияния.

Формирование базовых знаний:

включает изучение ключевых понятий, теорий и моделей, которые лежат в основе эффективного общения в бизнес-среде. Студенты познакомятся с основами вербальной и невербальной коммуникации, а также с принципами межкультурного общения, что позволит им лучше понимать и адаптироваться к различным коммуникационным контекстам.

Развитие аналитических навыков:

включает в себя обучение методам анализа и интерпретации информации, необходимой для принятия обоснованных бизнес-решений. Студенты будут осваивать техники критического мышления, а также навыки оценки эффективности коммуникационных стратегий, что поможет им выявлять проблемы и находить оптимальные пути их решения.

Подготовка к практической деятельности:

направлена на развитие у студентов навыков, необходимых для успешного взаимодействия в профессиональной среде. В рамках курса предусмотрены практические занятия, ролевые игры и кейс-стадии, которые помогут студентам применять теоретические знания на практике, развивать уверенность в себе и умение работать в команде.

Задачи изучения дисциплины:

- Изучение основ бизнес-коммуникации: Изучение комплекса понятий, определяющих области бизнес-коммуникаций, таких как вербальная и невербальная коммуникация, деловая переписка, эффективное слушание, межкультурная коммуникация, а также форматы презентаций и совещаний. Студенты освоят ключевые принципы эффективного общения в бизнес-среде, включая стратегическое планирование коммуникаций, управление имиджем и строительство отношений.;
- Анализ стратегии и тактики коммуникаций: Коммуникативная стратегия как часть коммуникативного взаимодействия или поведения. Средства достижения цели в коммуникациях, нормы поведения, динамика стратегий.;
- Изучение правовых аспектов: Ознакомить студентов с законодательством, регулирующим бизнес-деятельность в стране и за рубежом, включая законы о торговле, интеллектуальной собственности, защите прав потребителей и трудовом праве. Студенты научатся определять юридические риски и ответственность в контексте бизнес-коммуникаций и научатся основам юридического анализа и написания юридических документов.;
- Развитие навыков работы с данными: Обучить студентов методам сбора, обработки и анализа данных, необходимых для эффективного принятия решений в бизнесе. Студенты изучат различные инструменты для работы с данными, такие как таблицы, базы данных и статистические программы, что поможет им проводить анализ рынка, оценивать результаты бизнес-операций и разрабатывать обоснованные рекомендации.;
- Практическое применение знаний: Освоение коммуникативных процессов и эффективность их в бизнес-среде. Предоставить студентам возможность применять полученные знания на практике через различные формы обучения, например, участие в кейс-стадиях, ролевых играх, симуляциях бизнеса и проектах. Участие в таких мероприятиях поможет студентам развивать критическое мышление, навыки командной работы, а также уверенность в своих коммуникационных способностях в реальных бизнес-ситуациях..

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Компетенции, индикаторы и результаты обучения

УК-10 Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности

УК-10.2 Проводит анализ экономической и финансовой деятельности для принятия экономических решений; использует методы экономического планирования

Знать:

УК-10.2/Зн1 Методы анализа финансовой деятельности:

Знать основные методы и инструменты анализа финансовой деятельности, включая финансовые коэффициенты, анализ доходов и расходов, а также анализ денежных потоков.

УК-10.2/Зн2 Экономические теории и концепции:

Знать ключевые экономические теории и концепции, которые влияют на принятие решений, такие как теория спроса и предложения, теории цен и рыночной структуры.

УК-10.2/Зн3 Финансовая отчетность:

Знать структуру и содержание основных финансовых отчетов (баланс, отчет о прибылях и убытках, отчет о движении денежных средств) и их значение для анализа финансовой деятельности.

Уметь:

УК-10.2/Ум1 Проводить финансовый анализ:

Уметь проводить комплексный анализ финансовой деятельности компании или проекта, выявляя сильные и слабые стороны, а также потенциальные риски.

УК-10.2/Ум2 Использовать экономические показатели:

Уметь использовать ключевые экономические показатели для оценки эффективности деятельности, такие как ROI (возврат на инвестиции), EBITDA (прибыль до вычета процентов, налогов и амортизации) и другие.

УК-10.2/Ум3 Разрабатывать экономические стратегии:

Уметь разрабатывать и предлагать экономические стратегии на основе проведенного анализа, учитывая текущие рыночные условия и внутренние ресурсы

Владеть:

УК-10.2/Нв1 Навыками принятия обоснованных решений:

Владеть навыками принятия обоснованных экономических решений на основе анализа данных и результатов финансовой деятельности.

УК-10.2/Нв2 Способностью к прогнозированию:

Владеть способностью к прогнозированию финансовых результатов и экономических показателей, используя методы экономического планирования.

УК-10.2/Нв3 Знанием инструментов планирования:

Владеть знанием инструментов и программного обеспечения для экономического планирования и анализа, что позволяет эффективно управлять финансовыми ресурсами и принимать обоснованные решения.

ПК-3 Способен выполнить анализ деятельности экономического субъекта

ПК-3.4 Проводить оценку эффективности принятых решений на основе проведенного анализа

Знать:

ПК-3.4/Зн1 Методы оценки эффективности решений:

Знать основные методы и критерии оценки эффективности принятых решений, включая финансовые и нефинансовые показатели.

ПК-3.4/Зн2 Показатели результативности:

Знать ключевые показатели результативности и эффективности, используемые для анализа деятельности экономического субъекта.

ПК-3.4/Зн3 Факторы, влияющие на результаты:

Знать факторы, которые могут повлиять на результаты принятых решений, включая внутренние и внешние условия.

Уметь:

ПК-3.4/Ум1 Проводить оценку принятых решений:

Уметь проводить комплексный анализ эффективности принятых решений на основе собранных данных и показателей результативности.

ПК-3.4/Ум2 Сравнивать альтернативные решения:

Уметь сравнивать различные варианты решений и оценивать их влияние на достижения целевых показателей.

к.

ПК-3.4/Ум3 Формулировать рекомендации:

Уметь формулировать обоснованные рекомендации по корректировке принятых решений на основе проведенного анализа и оценок

Владеть:

ПК-3.4/Нв1 Навыками анализа данных:

Владеть навыками анализа и интерпретации данных для оценки эффективности решений, включая использование статистических методов.

ПК-3.4/Нв2 Инструментами бизнес-анализа:

Владеть инструментами и методами бизнес-анализа для оценки и мониторинга результатов деятельности экономического субъекта.

Владеть навыками представления результатов оценки эффективности принятых решений в удобной и понятной форме для заинтересованных сторон.

3. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина (модуль) Б1.В.ДВ.01.01 «Основы бизнес-коммуникаций» относится к формируемой участниками образовательных отношений части образовательной программы и изучается в семестре(ах): 5.

В процессе изучения дисциплины студент готовится к решению типов задач профессиональной деятельности, предусмотренных ФГОС ВО и образовательной программой.

4. Объем дисциплины (модуля) и виды учебной работы

Период обучения	Общая трудоемкость (часы)	Общая трудоемкость (ЗЕТ)	Лекционные занятия (часы)	Практические занятия (часы)	Самостоятельная работа (часы)	Промежуточная аттестация (часы)
5 семестр	108	3	16	32	24	Экзамен (36)
Всего	108	3	16	32	24	36

5. Содержание дисциплины (модуля)

5.1. Разделы, темы дисциплины и виды занятий

(часы промежуточной аттестации не указываются)

Наименование раздела, темы	Всего	Лекционные занятия	Практические занятия	Самостоятельная работа	Планируемые результаты обучения, соотношенные с результатами освоения программы
Раздел 1. Понятие общения и коммуникации	9	2	4	3	УК-10.2 ПК-3.4
Тема 1.1. Понятие общения и коммуникации. Психологические подходы к коммуникациям в контексте решаемых в бизнесе задач	9	2	4	3	
Раздел 2. Коммуникативные стратегии и тактики	9	2	4	3	УК-10.2 ПК-3.4

Тема 2.1. Коммуникативные стратегии и тактики. Коммуникативная стратегия как часть коммуникативного взаимодействия или поведения. Средства достижения цели в коммуникациях, нормы поведения. Коммуникативная тактика как практические действия, реализующие цели и задачи взаимодействия. Самопрезентация.	9	2	4	3	
Раздел 3. Внешние и внутренние коммуникации в бизнесе	9	2	4	3	УК-10.2 ПК-3.4
Тема 3.1. Внешние и внутренние коммуникации в бизнесе. Уровни коммуникаций. Особенности коммуникаций в организации. Упражнения, анализ кейсов.	9	2	4	3	
Раздел 4. Управление коммуникациями в бизнесе	9	2	4	3	УК-10.2 ПК-3.4
Тема 4.1. Управление коммуникациями в бизнесе. Основные виды, подходы и принципы организации управления бизнес-коммуникациями. Деловое взаимодействие и способы его организации. Этика, деловая культура бизнеса. Этические нормы, формы делового общения в бизнесе.	9	2	4	3	
Раздел 5. Коммуникативная компетентность	9	2	4	3	УК-10.2 ПК-3.4
Тема 5.1. Коммуникативная компетентность. Коммуникативная компетентность как компонент профессиональной компетентности кадастрового инженера. Самопрезентация, построение личного бренда в деловом общении.	9	2	4	3	
Раздел 6. Конфликты в коммуникациях. Бизнес-партнерство.	9	2	4	3	УК-10.2 ПК-3.4

Тема 6.1. Конфликты в коммуникациях. Бизнес-партнерство. Современное представление о конфликте. Негативная, а также позитивная и развивающая роль конфликтов. Виды партнерств. Правила ведения совместного бизнеса. Причины конфликтов между партнерами в бизнесе.	9	2	4	3	
Раздел 7. Продажи и переговоры в бизнесе.	9	2	4	3	УК-10.2 ПК-3.4
Тема 7.1. Продажи и переговоры в бизнесе. Виды моделей продаж. Общение и потребности клиентов. Работа с возражениями. Цена и скидки. Тренажер: Продажи и переговоры в бизнесе.	9	2	4	3	
Раздел 8. Делегирование и команда. Тонкости лидерства для предпринимателя.	9	2	4	3	УК-10.2 ПК-3.4
Тема 8.1. Делегирование и команда. Тонкости лидерства для предпринимателя. Как найти сотрудников. Как эффективно провести собеседование. Как поощрять сотрудников. Функции корпоративной культуры.	9	2	4	3	
Итого	72	16	32	24	

5.2. Содержание разделов, тем дисциплин и формы текущего контроля

Раздел 1. Понятие общения и коммуникации

Тема 1.1. Понятие общения и коммуникации. Психологические подходы к коммуникациям в контексте решаемых в бизнесе задач

Психологические подходы к описанию процесса коммуникации. Место коммуникаций в системе управления. Со-циально-психологические основы деловых коммуникаций (конфликты, уста-новление контакта, воздействие, управление эмоциями). Виды коммуникаций. Проблемы коммуникаций.

Раздел 2. Коммуникативные стратегии и тактики

Тема 2.1. Коммуникативные стратегии и тактики. Коммуникативная стратегия как часть коммуникативного взаимодействия или поведения. Средства достижения цели в коммуникациях, нормы поведения. Коммуникативная тактика как практические действия, реализующие цели и задачи взаимодействия. Самопрезентация.

Коммуникативные стратегии и тактики. Коммуникативная стратегия как часть коммуникативного взаимодействия или поведения. Средства достижения цели в коммуникациях, нормы поведения. Коммуникативная тактика как практические действия, реализующие цели и задачи взаимодействия. Самопрезентация.

Текущий контроль

Вид (форма) контроля
Контрольная работа

Раздел 3. Внешние и внутренние коммуникации в бизнесе

Тема 3.1. Внешние и внутренние коммуникации в бизнесе. Уровни коммуникаций. Особенности коммуникаций в организации. Упражнения, анализ кейсов.

Внешние и внутренние коммуникации в бизнесе. Уровни коммуникаций. Особенности коммуникаций в организации. Упражнения, анализ кейсов.

Раздел 4. Управление коммуникациями в бизнесе

Тема 4.1. Управление коммуникациями в бизнесе. Основные виды, подходы и принципы организации управления бизнес-коммуникациями. Деловое взаимодействие и способы его организации. Этика, деловая культура бизнеса. Этические нормы, формы делового общения в бизнесе.

Управление коммуникациями в бизнесе. Основные виды, подходы и принципы организации управления бизнес-коммуникациями. Деловое взаимодействие и способы его организации. Этика, деловая культура бизнеса. Этические нормы, формы делового общения в бизнесе.

Текущий контроль

Вид (форма) контроля
Контрольная работа

Раздел 5. Коммуникативная компетентность

Тема 5.1. Коммуникативная компетентность. Коммуникативная компетентность как ком-понент профессиональной компетентности кадастрового инженера. Самопрезентация, построение личного бренда в деловом общении.

Коммуникативная компетентность. Коммуникативная компетентность как ком-понент профессиональной компетентности кадастрового инженера. Самопрезентация, построение личного бренда в деловом общении.

Раздел 6. Конфликты в коммуникациях. Бизнес-партнерство.

Тема 6.1. Конфликты в коммуникациях. Бизнес-партнерство. Современное представление о конфликте. Негативная, а также позитивная и развивающая роль конфликтов. Виды партнерств. Правила ведения совместного бизнеса. Причины конфликтов между партнерами в бизнесе.

Конфликты в коммуникациях. Бизнес-партнерство. Современное представление о конфликте. Негативная, а также позитивная и развивающая роль конфликтов. Виды партнерств. Правила ведения совместного бизнеса. Причины конфликтов между партнерами в бизнесе.

Раздел 7. Продажи и переговоры в бизнесе.

Тема 7.1. Продажи и переговоры в бизнесе. Виды моделей продаж. Общение и потребности клиентов. Работа с возражениями. Цена и скидки. Тренажер: Продажи и переговоры в бизнесе.

Продажи и переговоры в бизнесе. Виды моделей продаж. Общение и потребности клиентов. Работа с возражениями. Цена и скидки. Тренажер: Продажи и переговоры в бизнесе.

Раздел 8. Делегирование и команда. Тонкости лидерства для предпринимателя.

Тема 8.1. Делегирование и команда. Тонкости лидерства для предпринимателя. Как найти сотрудников. Как эффективно провести собеседование. Как поощрять сотрудников. Функции корпоративной культуры.

Делегирование и команда. Тонкости лидерства для предпринимателя. Как найти сотрудников. Как эффективно провести собеседование. Как поощрять сотрудников. Функции корпоративной культуры.

Текущий контроль

Вид (форма) контроля

Контрольная работа

6. Порядок проведения промежуточной аттестации

Порядок проведения промежуточной аттестации регламентируется локальными нормативными актами Университета:

- Положением о формах, периодичности, порядке текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по основным образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Московский государственный университет геодезии и картографии», п.6 «Организация и проведение промежуточной аттестации».
- Положением о порядке осуществления образовательного процесса, проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Московский государственный университет геодезии и картографии», п.8 «Проведение промежуточной аттестации с применением ЭО и ДОТ».

Промежуточная аттестация: Экзамен, 5 семестр.

7. Оценочные материалы текущего контроля

Раздел 2. Коммуникативные стратегии и тактики

Контролируемые ИДК: ПК-3.4 УК-10.2

Тема 2.1. Коммуникативные стратегии и тактики. Коммуникативная стратегия как часть коммуникативного взаимодействия или поведения. Средства достижения цели в коммуникациях, нормы поведения. Коммуникативная тактика как практические действия, реализующие цели и задачи взаимодействия. Самопрезентация.

Форма контроля/оценочное средство: Контрольная работа

Вопросы/Задания:

1. Написать короткое эссе на тему: Роль коммуникативной стратегии в достижении бизнес-целей компании.
2. Написать короткое эссе на тему: Средства достижения целей в коммуникациях: вербальные и невербальные аспекты.
3. Написать короткое эссе на тему: Коммуникативные тактики: как выбирать правильные методы для достижения целей в деловом общении.
4. Написать короткое эссе на тему: Самопрезентация в бизнес-коммуникациях: основные принципы и методы.
5. Написать короткое эссе на тему: Самопрезентация как инструмент достижения профессиональных целей: стратегии и практические рекомендации.
6. Написать короткое эссе на тему: Нормы поведения в деловых переговорах: этические и культурные аспекты.
7. Написать короткое эссе на тему: Этика бизнес-коммуникаций: нормы поведения и их влияние на формирование корпоративной культуры.
8. Написать короткое эссе на тему: Коммуникативная стратегия в кризисных ситуациях: примеры и рекомендации.
9. Написать короткое эссе на тему: Развитие коммуникативных навыков для повышения личной эффективности в бизнесе.
10. Написать короткое эссе на тему: Коммуникативные стратегии в процессе переговоров: как подготовиться и успешно провести переговорный процесс.

Раздел 4. Управление коммуникациями в бизнесе

Контролируемые ИДК: ПК-3.4 УК-10.2

Тема 4.1. Управление коммуникациями в бизнесе. Основные виды, подходы и принципы организации управления бизнес-коммуникациями. Деловое взаимодействие и способы его организации. Этика, деловая культура бизнеса. Этические нормы, формы делового общения в бизнесе.

Форма контроля/оценочное средство: Контрольная работа

Вопросы/Задания:

1. Написать короткое эссе на тему: Основные виды бизнес-коммуникаций: анализ и их роль в управлении организацией.
2. Написать короткое эссе на тему: Принципы эффективного управления коммуникациями в компании.
3. Написать короткое эссе на тему: Этика и деловая культура в бизнес-коммуникациях.
4. Написать короткое эссе на тему: Этические нормы в деловом общении: примеры и рекомендации.
5. Написать короткое эссе на тему: Деловое взаимодействие: стратегии организации и управление процессами коммуникации в команде.
6. Написать короткое эссе на тему: Влияние корпоративной культуры на управление бизнес-коммуникациями.
7. Написать короткое эссе на тему: Современные технологии и их влияние на управление бизнес-коммуникациями.
8. Написать короткое эссе на тему: Оценка эффективности управления коммуникациями в компании.

9. Написать короткое эссе на тему: Формы делового общения: сравнение устной, письменной и невербальной коммуникации в бизнесе.

10. Написать короткое эссе на тему: Использование технологий в управлении коммуникациями: как цифровые инструменты меняют подходы к деловому взаимодействию.

Раздел 8. Делегирование и команда. Тонкости лидерства для предпринимателя.

Контролируемые ИДК: ПК-3.4 УК-10.2

Тема 8.1. Делегирование и команда. Тонкости лидерства для предпринимателя. Как найти сотрудников. Как эффективно провести собеседование. Как поощрять сотрудников. Функции корпоративной культуры.

Форма контроля/оценочное средство: Контрольная работа

Вопросы/Задания:

1. Написать короткое эссе на тему: Этика и моральный авторитет лидера в проектной команде: методы завоевания уважения и лояльности подчинённых

2. Написать короткое эссе на тему: Психотипы лидеров и стилей руководства: какие подходы способствуют успешным проектам и создают доверительные отношения в коллективе

3. Написать короткое эссе на тему: Лидерство и искусство убеждать: приёмы и методы, используемые выдающимися предпринимателями для объединения и мобилизации команды

4. Написать короткое эссе на тему: Искусство подбора кадров: как выбрать талантливых сотрудников, соответствующие культуре и миссии компании

5. Написать короткое эссе на тему: Методы эффективной самопрезентации лидера: как завоевать доверие команды и партнеров с первых минут общения

6. Написать короткое эссе на тему: Корпоративная культура как ключевой фактор эффективности бизнеса: как поддерживать атмосферу открытости и доверия в коллективе

7. Написать короткое эссе на тему: Трансформация лидерства в эпоху цифровой трансформации: новые вызовы и возможности для лидеров проектов

8. Написать короткое эссе на тему: Технология наставничества: роль старшего поколения в воспитании нового поколения лидеров

9. Написать короткое эссе на тему: Пути формирования лидерского мышления и уверенности в себе: инструменты и стратегии, применяемые успешными предпринимателями

10. Написать короткое эссе на тему: Эмпатия и эмоциональный интеллект лидера: почему эти качества становятся ключевыми в современном менеджменте

8. Оценочные материалы промежуточной аттестации

5 семестр, Экзамен

Контролируемые ИДК: УК-10.2 ПК-3.4

Вопросы/Задания:

1. «Малый разговор» в деловой коммуникации ведется в рамках:

- А. Деловых интересов партнеров
- Б. Личностных, неделовых интересов партнеров
- В. Профессиональных интересов партнеров

2. Коммуникативная стратегия – это...

- А. Совокупность запланированных заранее и реализуемых в ходе коммуникативного акта теоретических ходов, направленных на достижение коммуникативной цели
- Б. Владение сложными коммуникативными навыками и умениями, формирование адекватных умений в новых социальных структурах, знание культурных норм и ограничений в общении, знание обычаев, традиций, этикета в сфере общения, соблюдение приличий, воспитанность,

ориентация в коммуникативных средствах, присущих национальному, сословному менталитету и выражающихся в рамках данной профессии

В. Совокупность практических ходов в реальном процессе коммуникативного взаимодействия, позволяющих достичь поставленных целей в конкретных ситуациях

3. Какие перечисленные компоненты НЕ входят в структуру коммуникативной стратегии?

А. планирование и реализация

Б. оценка эффективности

В. осознание (анализ)

Г. планирование

4. Коммуникативная тактика – это...

А. Совокупность внутренних и внешних движущих сил, побуждающих человека действовать специфическим, целенаправленным образом; процесс побуждения себя и других к деятельности для достижения целей организации или личных целей

Б. Совокупность практических ходов в реальном процессе коммуникативного взаимодействия, позволяющих достичь поставленных целей в конкретных ситуациях

В. Совокупность запланированных заранее и реализуемых в ходе коммуникативного акта теоретических ходов, направленных на достижение коммуникативной цели

5. Коммуникативные тактики как способы реализации стратегии выражаются с помощью...

А. Средств воздействия

Б. Арсенала средств

В. Механизмов воздействия

6. В качестве приемов выражения тактик выступают речевые средства...?

А. Вербальной коммуникации

Б. Невербальной коммуникации

В. Вербальной и невербальной коммуникации

7. Какова главная цель тактики «перевоплощение»

А. «Оживление» коммуникации

Б. Получение максимума информации

В. Психологическое воздействие на объект

8. Тактика «подстрекательства» на действия, которые могут иметь негативные последствия для субъекта, называется

А. Провокация

Б. Уступка

В. Неожиданность

9. «Эффект имени» срабатывает при применении тактики...

А. Привлечение эксперта

Б. Личное свидетельство

В. Апелляция к авторитету

10. Владение сложными коммуникативными навыками и умениями, формирование адекватных умений в новых социальных структурах, знание культурных норм и ограничений в общении, знание обычаев, традиций, этикета в сфере общения, соблюдение приличий, воспитанность, ориентация в коммуникативных средствах, присущих национальному, сословному

менталитету и выражающихся в рамках данной профессии – это

А. Коммуникативная мотивация

Б. Коммуникативная компетентность

В. Коммуникативная деятельность

11. Общение посредством неречевых знаковых систем называется...

А. Неформальным

Б. Прямым

В. Невербальным

12. К невербальным средствам общения НЕ относят...

- А. Жесты
- Б. Внутреннюю речь
- В. Визуальный контакт
- Г. Скорость речи

13. Жесты имеют ... происхождение...

- А. Социальное
- Б. Географическое
- В. Историческое

14. Передача одним выступающим информации разного уровня в ходе общения с широкой аудиторией – это

- А. Рекламное объявление
- Б. Публичное выступление
- В. Публичная лекция

15. Дайте определение понятию «межкультурная коммуникация»

А. Особая форма коммуникации двух или более представителей различных культур, этноса, процесс которой представлен обменом информацией и культурными ценностями взаимодействующих культур

Б. Противостояние картин мира, интерпретаций и установок, присущих тем или иным группам

В. Процесс взаимодействия, направленный на оптимизацию того или иного вида предметной деятельности: производственной, научной и т.п.

16. Какой из вариантов ответов НЕ относится к формам межкультурной деловой коммуникации?

- А. Устная и письменная;
- Б. Диалогическая и монологическая
- В. Межличностная и публичная
- Г. Формальная и неформальная

17. Какой вариант ответов НЕ относится к видам речевого воздействия?

- А. Убеждение
- Б. Внушение
- В. Заражение
- Г. Побуждение

18. Верно ли высказывание: «процесс межкультурной коммуникации не ограничивается знаниями иностранных языков»?

А. Нет, знания иностранных языков достаточно

Б. Нет, знание иностранных языков необязательно

В. Да, требуются знания материальной и духовной культуры другого народа, религии, ценностей, нравственных установок, мировоззренческих представлений, которые определяют модель поведения партнеров по коммуникации

19. В структуру коммуникативной стратегии обычно входят следующие компоненты:

1. Анализ ситуации
2. Определение целей
3. Целевая аудитория
4. Выбор каналов коммуникации
5. Эмоциональная реакция
6. Случайные действия
7. Разработка сообщений
8. Планирование действий
9. Оценка эффективности
10. Корректировка стратегии: Возможность изменения стратегии на основе полученных результатов и обратной связи.

Найдите два ложных.

20. Верно ли высказывание «в качестве приемов выражения тактик выступают речевые средства уровня вербальной коммуникации»?

Да

Нет

21. Что из перечисленного ниже является примером письменной коммуникации в бизнесе?

А. Устная презентация;

Б. Меморандум;

С. Личное письмо по электронной почте.

22. Какова цель профессиональной деловой электронной почты?

А. Установить личные отношения;

Б. Развлечь получателя;

С. Передать информацию или попросить о действии.

23. При общении с клиентами какой из перечисленных ниже тонов является наиболее подходящим?

А. Непринужденный и неформальный;

Б. Высокомерный и начальственный;

С. Профессиональный и вежливый.

24. Что следует делать на деловой встрече, если вы не согласны с мнением большинства?

А. Поднять руку и изложить свою позицию;

Б. Пройгнорировать вопрос и сделать вид, что согласны с ним;

С. Дождаться окончания совещания, а затем выразить свои сомнения в частном порядке.

25. Что является ключом к эффективной межкультурной коммуникации в деловой среде?

А. Предполагать, что у всех одинаковый стиль общения;

Б. Адаптация к стилю общения и ожиданиям других людей;

С. Навязывать свой собственный стиль общения и ожидать, что другие приспособятся к нему.

26. Что является наиболее важным аспектом при написании делового письма?

А. Длина и детализация;

Б. Личное выражение и стиль;

С. Ясность и краткость.

27. Какой способ общения с удаленными членами команды является наиболее эффективным в деловой среде?

А. Только личные встречи;

Б. Массовая электронная почта без личного сопровождения;

С. Сочетание виртуальных встреч, электронной почты и других средств коммуникации.

28. Что является наиболее эффективным способом поддержания сотрудничества и командной работы при общении с удаленными членами команды?

А. Полагаться на индивидуальную инициативу и само- мотивацию;

Б. Не общаться регулярно;

С. Использование технологий и регулярного общения для поддержания связи и согласованности действий.

29. Что является наиболее важным фактором при общении с сотрудниками в деловой среде?

А. Принятие решений без участия сотрудников;

Б. Игнорирование перспектив и потребностей сотрудников;

С. Поощрение открытого и уважительного общения и учет мнений и потребностей сотрудников.

30. Адресат манипуляции в деловом общении — это:

А. Партнер, который может стать жертвой манипуляции

- Б. Партнер, на которого направлено манипулятивное воздействие
- С. Партнер, который использует манипулятивные приемы психологического воздействия.

31. Все люди делятся на:

- А. Рациональных и иррациональных
- Б. Сенсорики и интуиты
- С. Экстравертов и интровертов
- Д. Все ответы верны

32. К открытым вопросам в деловой коммуникации относятся:

- А. Альтернативные
- Б. Зеркальные
- С. Информационные
- Д. Риторические

33. Невербальными средствами общения являются

Необходимо выбрать правильные ответы

- А. Взгляд
- Б. Походка
- С. Рукопожатие
- Д. Телефон
- Е. Электронная почта

34. К средствам невербальной коммуникации относятся:

- А. Все ответы верны
- Б. Кинесика
- С. Проксемика
- Д. Такетика

35. Кинесическими средствами невербального общения выступают:

- А. Мимика
- Б. Поза
- В. Покашливание
- Г. Рукопожатие
- Д. Устная речь

36. Персональная дистанция в процессе общения:

- А. 120-350см
- Б. 15-50см
- В. 50-120см
- Г. Свыше 350см

37. Интерактивная сторона общения - это:

- А. Обмен информацией между общающимися индивидами
- Б. Обмен не только знаниями, но и идеями, действиями
- В. Процесс познания друг друга

38. Как называется индивид, обладающий способностью психологически воздействовать на других в целях интеграции совместной активности и/или деятельности?

- А. Фронтмен
- Б. Лидер
- В. Медиатор

39. Многоплановый процесс установления и развития контактов между людьми — это процесс:

- А. Общения
- Б. Понимания
- В. Восприятия

9. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины

9.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы

Основная литература

1. Помуран Н. Н. Психолингвистические основы коммуникации: учебное пособие: учебное пособие / Н. Н. Помуран, Е. Н. Кириченко. - Психолингвистические основы коммуникации - Новосибирск: Новосибирский государственный технический университет, 2022. - 116 с. - 978-5-7782-4718-5. - Текст: электронный. // IPR SMART: [сайт]. - URL: <https://www.iprbookshop.ru/126519.html> (дата обращения: 16.03.2025). - Режим доступа: по подписке

2. Зиятдинова Ю. Н. Межкультурная коммуникация в условиях интеграции и глобализации: учебно-методическое пособие: учебно-методическое пособие / Ю. Н. Зиятдинова, Э. Э. Валеева. - Межкультурная коммуникация в условиях интеграции и глобализации - Казань: Казанский национальный исследовательский технологический университет, 2017. - 80 с. - 978-5-7882-2318-6. - Текст: электронный. // IPR SMART: [сайт]. - URL: <https://www.iprbookshop.ru/94993.html> (дата обращения: 16.03.2025). - Режим доступа: по подписке

3. Логунова И. В. Социальные коммуникации: учебно-методическое пособие: учебно-методическое пособие / И. В. Логунова. - Социальные коммуникации - Воронеж: Воронежский государственный технический университет, ЭБС АСВ, 2019. - 170 с. - 978-5-7731-0757-6. - Текст: электронный. // IPR SMART: [сайт]. - URL: <https://www.iprbookshop.ru/93293.html> (дата обращения: 16.03.2025). - Режим доступа: по подписке

4. Основы межкультурной коммуникации: практикум для бакалавров: практикум для бакалавров / сост. Н. С. Морозова. - Основы межкультурной коммуникации - Саратов: Вузовское образование, 2021. - 159 с. - 978-5-4487-0761-2. - Текст: электронный. // IPR SMART: [сайт]. - URL: <https://www.iprbookshop.ru/103261.html> (дата обращения: 16.03.2025). - Режим доступа: по подписке

5. Рекламные и PR-коммуникации в глобальной медиаиндустрии: учебное пособие: учебное пособие / сост. С. А. Корочкова. - Рекламные и PR-коммуникации в глобальной медиаиндустрии - Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2023. - 88 с. - 2227-8397. - Текст: электронный. // IPR SMART: [сайт]. - URL: <https://www.iprbookshop.ru/140171.html> (дата обращения: 16.03.2025). - Режим доступа: по подписке

Дополнительная литература

1. Социально-сетевая цифровая коммуникативная культура молодежи: коллективная монография: коллективная монография / А. П. Глухов, М. Н. Бычкова, И. В. Гужова, Г. А. Окушова, Ю. М. Стаховская; под редакцией П. А. Глухов. - Социально-сетевая цифровая коммуникативная культура молодежи - Томск: Издательство Томского государственного университета, 2020. - 141 с. - 978-5-94621-962-4. - Текст: электронный. // IPR SMART: [сайт]. - URL: <https://www.iprbookshop.ru/116823.html> (дата обращения: 16.03.2025). - Режим доступа: по подписке

2. Хоферихтер Н. А. Деловые коммуникации. В 2 частях. Ч.2. Деловой этикет и межкультурная коммуникация: учебное пособие: учебное пособие / Н. А. Хоферихтер. - Деловые коммуникации. В 2 частях. Ч.2. Деловой этикет и межкультурная коммуникация - Санкт-Петербург: Международный банковский институт имени Анатолия Собчака, 2024. - 149 с. - 978-5-4228-0182-4. - Текст: электронный. // IPR SMART: [сайт]. - URL: <https://www.iprbookshop.ru/146854.html> (дата обращения: 16.03.2025). - Режим доступа: по подписке

3. Хоферихтер Н. А. Деловые коммуникации. В 2 частях. Ч.1. Формы деловых коммуникаций: учебное пособие: учебное пособие / Н. А. Хоферихтер. - Деловые коммуникации. В 2 частях. Ч.1. Формы деловых коммуникаций - Санкт-Петербург: Международный банковский институт имени Анатолия Собчака, 2024. - 114 с. - 978-5-4228-0181-7. - Текст: электронный. // IPR SMART: [сайт]. - URL: <https://www.iprbookshop.ru/146853.html> (дата обращения: 16.03.2025). - Режим доступа: по подписке

4. Генералова С. В. Деловые коммуникации. Технология ведения деловых переговоров: практикум: практикум / С. В. Генералова. - Деловые коммуникации. Технология ведения деловых переговоров - Саратов: Вузовское образование, 2020. - 59 с. - 978-5-4487-0728-5. - Текст: электронный. // IPR SMART: [сайт]. - URL: <https://www.iprbookshop.ru/97408.html> (дата обращения: 16.03.2025). - Режим доступа: по подписке

5. Иконникова О. Н. Деловые коммуникации: учебное пособие: учебное пособие / О. Н. Иконникова, С. С. Калинин. - Деловые коммуникации - Таганрог: Таганрогский институт управления и экономики, 2024. - 148 с. - 978-5-9201-0178-5. - Текст: электронный. // IPR SMART: [сайт]. - URL: <https://www.iprbookshop.ru/146867.html> (дата обращения: 16.03.2025). - Режим доступа: по подписке

6. Косова Ю. А. Деловые коммуникации: технологии общения: сборник практических заданий: сборник практических заданий / Ю. А. Косова, Н. В. Сергеева. - Деловые коммуникации: технологии общения - Москва: Российский государственный университет правосудия, 2021. - 127 с. - 978-5-93916-893-9. - Текст: электронный. // IPR SMART: [сайт]. - URL: <https://www.iprbookshop.ru/117239.html> (дата обращения: 16.03.2025). - Режим доступа: по подписке

7. Байтасов Р. Р. Деловые коммуникации: учебное пособие для вузов: учебное пособие для вузов / Р. Р. Байтасов. - Санкт-Петербург: Лань, 2024. - 256 с. - 978-5-507-47988-7. - Текст: электронный. // Издательство Лань: [сайт]. - URL: <https://e.lanbook.com/img/cover/book/362888.jpg> (дата обращения: 16.03.2025). - Режим доступа: по подписке

9.2. Профессиональные базы данных и ресурсы «Интернет», к которым обеспечивается доступ обучающихся

Профессиональные базы данных

1. <https://www.garant.ru> - Информационно-правовой портал "Гарант"
2. <http://www.elibrary.ru> - Научная электронная библиотека

Ресурсы «Интернет»

1. <http://economics.ru> - сайт Института "Экономическая школа", Экономический портал
2. <http://iswiki.ru/wiki/regulatory/> - Единая централизованная система органов федеральной службы безопасности,
3. <https://a2is.ru/catalog/programmy-dlya-prinyatiya-upravlencheskikh-reshenij> - ТОП-10 Лучшие он-лайн системы принятия решений
4. <https://rg.ru/2016/12/06/doktrina-infobezobasnost-site-dok.html> - Доктрина информационной безопасности
5. <https://rosstat.gov.ru/> - Официальная статистическая информация о социальных, экономических, демографических, экологических и других общественных процессах в Российской Федерации
6. <https://creativeconomy.ru> - Российское предпринимательство, периодическое издание
7. <http://smb.gov.ru> - Федеральный портал малого и среднего предпринимательства Министерство экономическо-го развития Российской Федерации.
8. <http://rucont.ru/gcollections> - Национальный цифровой ресурс Руконт

9.3. Программное обеспечение и информационно-справочные системы, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

Перечень программного обеспечения

(обновление производится по мере появления новых версий программы)

1. ArcGIS;
2. Global Mapper;
3. ГИС Панорама;
4. PostGIS;
5. PostgreSQL;
6. QGIS;
7. SAGA GIS;
8. Axioma;
9. MapInfo;
10. EFT;
11. Inkscape;
12. Kompas-3D_LT (FULL);
13. NanoCAD;
14. Anaconda;
15. Free Pascal;
16. Lazarus;
17. Node JS;
18. Sublime Text 3;
19. Thonny IDE for Python;
20. 7Zip;
21. Microsoft Office;
22. Notepad++;
23. WinDjView;
24. Niv_Matrix;
25. Microsoft Visual Studio;

Перечень информационно-справочных систем

(обновление выполняется еженедельно)

Не используется.

9.4. Оборудование и технические средства обучения

Компьютерный класс

Маркерная доска - 1 шт.

Моноблок - 96 шт.

Проектор - 7 шт.

Автоматизированное рабочее место (АРМ) - 15 шт.

Плоттер - 1 шт.

Сканер - 1 шт.

10. Методические указания по освоению дисциплины (модуля)

С целью успешного освоения данного предмета студенту необходимо выполнять домашние работы по указанным преподавателям темам и представленным на занятиях материалам. Для более успешного выполнения работы студенту предлагается использование

учебно-методических материалов, соответствующих указанной теме.

Самостоятельная работа студентов описывается и регулируется:

- Методическими рекомендациями по дисциплине;
- Методическими рекомендациями по организации самостоятельной работы студентов МИИГАиК;

Описание возможностей изучения дисциплины лицами с ОВЗ и инвалидами

При необходимости обучения студентов-инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья аудиторные занятия могут быть заменены или дополнены изучением полнотекстовых лекций, презентаций, видео- и аудиоматериалов в электронной информационно-образовательной среде (ЭИОС) университета. Индивидуальные задания подбираются в адаптированных к ограничениям здоровья формах (письменно или устно, в форме презентаций). Выбор методов обучения зависит от их доступности для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья.

Рабочая программа дисциплины для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья разрабатывается индивидуально с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся.