

**ПРАВИТЕЛЬСТВО СМОЛЕНСКОЙ ОБЛАСТИ
МИНИСТЕРСТВО КУЛЬТУРЫ И ТУРИЗМА СМОЛЕНСКОЙ ОБЛАСТИ
ОБЛАСТНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «СМОЛЕНСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ ИСКУССТВ»
Программы среднего профессионального образования**

УТВЕРЖДАЮ:

И.о. проректора по
учебной работе

_____ Е.В.Горбылева
«_____» _____ 2024г.

Обсуждена на заседании ПЦК:

Председатель ПЦК _____ / _____
Протокол № _____
от «_____» _____ 2024г.

Ю.В. ИВАНОВА

РЕЧЕВАЯ КУЛЬТУРА МЕНЕДЖЕРА

рабочая программа дисциплины для обучающихся
по специальности **51.02.02 «Социально-культурная деятельность»**,
квалификация – **Менеджер социально-культурной деятельности**;
форме обучения: **очной**

**Смоленск
2024**

1. Цели освоения дисциплины

Современные условия жизни людей все острее ставят проблему культуры межличностного общения. Именно в процессе общения реализуются разносторонние личностные возможности индивидуума. А ведь личность – сложнейшее психологическое образование, которое оценивается со стороны социальной и нормативной – степени усвоения норм, правил, культуры поведения, активности и индивидуальных особенностей, сплава природных и приобретенных качеств ума, воли и чувств.

Именно поэтому в учебный план включен курс «Речевая культура менеджера», который призван заложить основы дальнейшего развития положительных сторон личности обучающегося и определения недостатков, препятствующих успешной работе в данной области. Речевая культура менеджера – это совокупность норм и правил межличностного общения в социуме на определенном этапе его развития. Для студентов необходимо осмысление своей личности, определение правильного имиджа, уяснение собственной общественной роли, овладение навыками самопознания и самосовершенствования в области практического человековедения, внутренней культуры.

Речевая культура менеджера – курс, который является комплексным и пропедевтическим, помогающим сформулировать коммуникативные компетенции учащихся, необходимые в будущей профессиональной деятельности работникам социально-культурной сферы.

Сущность и особенности общения как социально-психологического феномена; потребность в общении; мотивы, обуславливающие вступление в социальное взаимодействие; основные функции общения; предмет общения и средства общения; основные виды и типы межличностного общения; основные структурные компоненты процесса общения; восприятие человека человеком; взаимодействие как компонент общения; общение и межличностные отношения; общее понятие и процесс формирования коммуникативной культуры личности; общение и нравственные установки человека; характеристики личностных качеств, необходимых для полноценного участия в общении; роль и место этикета в составе коммуникативной культуры; коммуникативные стереотипы и коммуникативное творчество; сущность и особенности коммуникативной культуры организатора социально-культурной деятельности; профессиональная этика организатора; основные принципы и правила его взаимоотношений с субъектами социокультурной деятельности.

Речевое общение. Предмет и основные категории риторики. Национально-этнические и исторические особенности повседневной и публичной речи. Современная риторика: этнориторика, риторика и профессиональная речь; риторика и речевое поведение человека; риторика и лингвистика; речевое событие дискурс. Речевая ситуация. Речевое действие. Речевой поступок. Требования к поведению говорящего. Законы современной общей риторики. Стратегии речевого поведения. Риторика специалиста социально-культурной деятельности.

Деловая риторика. Особенности официально-делового общения. Убеждение и манипулирование. Языковое выражение доводов. Средства изобразительности и выразительности. Создание текста в сфере делового общения. Деловая переписка. Приемы речевого воздействия. Деловые переговоры. Стратегия слушающего. Стратегия говорящего. Групповые формы деловых переговоров. Методы коллективного принятия решений. Коллективные двухсторонние деловые переговоры. Дискуссия.

Мода. Внешний вид. Искусство соответствовать социально-психологической ситуации. Эстетические основы и техника движения. Процесс общения, методы общения. Техника общения.

Целями освоения дисциплины «Речевая культура менеджера» являются – обучение практическому овладению языковым формам общения и практическому овладению способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия.

Задачи курса:

- 1) овладение основами теоретических положений речевой культуры;
- 2) приобретение практических навыков ведения коммуникативного процесса в различных ситуациях на высоком уровне, моделирование поведения в соответствии с поставленными целями;
- 3) освоение приемов самоанализа и анализа межличностных отношений в различных сферах жизнедеятельности;
- 4) развитие коммуникативных способностей и устранение личностных недостатков;
- 5) овладения правилами этикета в формальной и неформальной сферах общения
- 6) приобретение высокого личностно-профессионального имиджа работника социокультурной сферы.

2. Место дисциплины в структуре ППССЗ СПО

Речевая культура менеджера – дисциплина, которая относится к общепрофессиональному модулю в вариативную часть учебных циклов ОП.07.

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

Выпускник должен обладать следующими общекультурными компетенциями (ОК):

ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.

1) Знать: информацию, необходимую для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития

2) Уметь: использовать информацию, необходимую для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.

3) Владеть: поиском и использованием информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.

ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии для совершенствования профессиональной деятельности.

1) Знать: информационно-коммуникационные технологии для совершенствования профессиональной деятельности

2) Уметь: качественно использовать информационно-коммуникационные технологии для совершенствования профессиональной деятельности

3) Владеть: методами информационно-коммуникационные технологии для совершенствования профессиональной деятельности

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «Речевая культура менеджера»

Общая трудоемкость дисциплины составляет 42 часа.

№ п/п	Раздел дисциплины	Семестр по очной форме обучения	Недели семестра по очной форме обучения	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость в часах по очной форме обучения				Форма текущего контроля успеваемости (по неделям семестра) форма промежуточной аттестации (по семестрам) по очной форме обучения
				Лекции	Семинары	Практические	Самостоятельная работа	
1.	Раздел 1. Основы коммуникации: теория, виды, уровни	6	1-20	10	-	8	1	Диф. зачёт
2.	Раздел 2. Речевая коммуникативная культура и этикет	6	1-20	12	-	10-	1	
	Всего: 42			22	-	18	2	

5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Содержание дисциплины «Речевая культура менеджера» основано на системно-структурном и междисциплинарном подходах к ее изучению, предусматривает развитие умений спонтанного реагирования в процессе коммуникации, формирование психологической готовности к реальному иноязычному общению в различных ситуациях. Будущему специалисту необходимо не только овладеть необходимыми знаниями, но и уметь находить разнообразные варианты самостоятельного и творческого принятия решений, осознавать ответственность за принятые решения.

В процессе изучения дисциплины «Речевая культура менеджера» происходит формирование общекультурных компетенций выпускников. С этой целью в процессе освоения обучаемыми учебного предмета широко используются различные образовательные технологии, в том числе и технологии интерактивного обучения (проблемно-речевые и творческие упражнения, дискуссии, работа в малых группах, технология ситуативного моделирования, технология развития критического мышления, технология «дебатов» и др.).

Реализация компетентного подхода предусматривает использование в учебном процессе таких активных форм проведения занятий как ролевые и деловые игры, мультимедийные лекции, презентации с последующим обсуждением.

ИНТЕРАКТИВНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ОБУЧЕНИЯ, предполагающие организацию обучения как продуктивной деятельности в режиме взаимодействия обучающихся друг с другом.

5.1. СОДЕРЖАНИЕ РАЗДЕЛОВ ДИСЦИПЛИНЫ

Тематический план 42/40ч/

№ п/п	Название темы	практич еские	семина р.	лекции	сам.р	всего
VI СЕМЕСТР						
1	1. Общая характеристика коммуникативного процесса 2. Сущность и особенности общения как социально-психологического феномена 3. Виды коммуникации: вербальная и невербальная. 4. Формы речевой коммуникации: диалог, монолог. 5. Устноречевая и письменноречевая коммуникация (умение слушать, умение говорить; навыки и умения письма и чтения) 6. Межличностная коммуникация (понятие, основные виды и типы межличностного общения; чувства и эмоции как коммуникативные действия) 7. Коммуникация в организациях 8. Межкультурная коммуникация	8	-	10	1	19
VI СЕМЕСТР						
2	1. Роль и место этикета в составе коммуникативной культуры 2. Восприятие человека человеком. Типология личностей; личностные качества (характеристики), формирующие личностный имидж 3. Коммуникативные барьеры и пути их преодоления 4. Этапы общения с точки зрения этикета; общие положения (знакомство, представление, приветствие, прощание) 5. Деловой этикет в деловом общении различных типов 6. Современные тенденции в развитии коммуникативной культуры личности	10	-	12	1	23
Итого:		18	-	22	2	42

Содержание:

Раздел 1. Основы коммуникации: теория, виды, уровни

Тема 1. Общая характеристика коммуникативного процесса.

Определение общения (коммуникативного процесса). Составляющие элементы процесса: адресант, источник информации, адресат. Каналы восприятия информации. Дистанционные территории коммуникации: интимная, личная, социальная, формальная, публичная. Способы общения. Стратегия и тактика общения. Средства общения. Общение и мышление.

Тема 2. Сущность и особенности общения как социально-психологического феномена.

Потребность в общении, обусловленная «общественной сущностью» человека. Мотивы, определяющие вступление в социальное взаимодействие. Основные функции общения. Структурная схема (общая) любой коммуникации. Моделирование поведения, выбор модели коммуникации. Механизмы воздействия на личность в коммуникации.

Тема 3. Виды коммуникации: вербальная и невербальная

Основная специфика коммуникации состоит в том, что в процессе интерсубъективного взаимодействия субъективный мир одного человека открывается для других людей. Смысловым аспектом социального взаимодействия выступает коммуникативный процесс, поскольку любое индивидуальное действие реализуется в условиях прямых либо опосредованных отношений с другими людьми. Действия, которые ориентированы на их осмысленное восприятие другими людьми, принято называть “коммуникативными действиями”. Разделяют коммуникативный процесс и отдельные коммуникативные акты, составляющие его. Т.М.Дридзе считает, что структура коммуникативно-познавательного процесса формируется структурами действий порождения и интерпретации текстов (сообщений), в которых отдельные слова выступают как знак-квазиобъект [4, с.133]. Подобную точку зрения имеет немецкий исследователь Ю.Хабермас, утверждающий, что понятие “коммуникативного действия” основывается на взаимодействии минимум двух, способных к вербальному действию, субъектов. То есть Ю. Хабермас считает главной характеристикой социального действия не просто взаимодействие, а взаимодействие вербальное, знаковое, символическое [5, с.200].

Передача любой информации возможна путем знаковых систем. Выделяют вербальную коммуникацию (в качестве знаковой системы используется язык) и невербальную, использующую разнообразные невербальные знаковые системы.

Тема 4. Формы речевой коммуникации: диалог, монолог

В зависимости от направленности речевого потока при коммуникации выделяют диалогическую и монологическую речь.

Диалогом называется форма речи, состоящая из обмена высказываниями-репликами, характеризующаяся ситуативностью (зависимостью от обстановки разговора), контекстуальностью (обусловленностью предыдущими высказываниями), произвольностью и малой степенью организованности (незапланированным характером). Диалог обычно противопоставляется монологу. Подвидом диалога является полилог, возникающий при числе участников речевого общения, большем двух.

Монолог - форма речи, образуемая в результате активной речевой деятельности, рассчитанная на пассивное и опосредованное восприятие и практически не связанная с речью собеседника ни в содержательном, ни в структурном отношении. Монолог противоречив по своей сути: с одной стороны, раз человек заговорил, значит, он рассчитывает на общение, с другой — монолог абсолютно не приспособлен к непосредственному общению, он предполагает, что слушающий только слушает, но не отвечает.

Основные коммуникативные ситуации употребления монолога — сфера искусства, ораторские выступления, общение по телевидению и радио, ситуация обучения. В бытовом общении монологическая речь встречается редко.

Тема 5. Устноречевая и письменноречевая коммуникация (умение слушать, умение говорить)

Устная речевая коммуникация характеризуется довольно слабой подготовленностью, необратимостью, автоматизмом в употреблении языковых средств и способов изложения информации.

Задача устной речевой коммуникации — добиться того, чтобы в сознании слушателя возникла та информация, которую выражал говорящий. Если в сознании собеседников варианты решения задачи совпадут, информация будет воспринята и осмыслена одинаково. В противном случае ситуация осложнится: говорящий будет искать более удачную форму высказывания, а слушающий попытается точнее понять смысловое содержание.

Отвечая на вопрос «Кто участвует в коммуникации?», мы должны представить себе роли, которые выполняют собеседники в ситуациях общения.

Говорение как вид устной речевой коммуникации. Говорение – вид устной речевой деятельности, обусловленный выражением мыслей и чувств как в инициативной, так и в реактивной формах. Высшим уровнем говорения является динамичная, спонтанная, инициативная речь.

Роль говорящего продуктивна. Говорящий не только передает слушателям информацию, но и сообщает свое отношение к ней и воздействует на восприятие слушателями фактов, определений, явлений, дополняя их своими рассуждениями.

Письменная речь реализует умения выражать мысли в письменной форме. Если человек с детства стремится писать аккуратно, четко, грамотно, у него со временем развиваются и прочие навыки, необходимые для формирования умений в письменной речевой коммуникации.

Тема 6. Межличностная коммуникация (основные виды и типы межличностного общения)

К числу базовых понятий теории межличностного общения можно отнести такие, как «межличностный контакт», «межличностное взаимодействие», «межличностные отношения», «межличностное общение», «межличностная коммуникация». Каждое из них фиксирует разнообразие целей и задач, которые стоят перед людьми в процессе общения.

Понятие «межличностный контакт» указывает на саму возможность общения, поскольку обозначает то, что люди находятся в пределах доступности для восприятия друг друга, при этом физически и психологически направлены друг на друга.

Понятие «межличностное взаимодействие» подчеркивает активность общающихся, позволяя более пристально исследовать формы и виды индивидуальных действий, приводящих к взаимным изменениям поведения, деятельности, отношений и установок.

Понятие «межличностные отношения» акцентирует эмоционально-чувственный аспект взаимодействия, временные параметры общения, поскольку только при условии постоянной межличностной связи путем непрерывного обмена личностно значимой информацией возникает взаимная эмоциональная зависимость вступивших в контакт людей.

Тема 7. Коммуникация в организациях

Коммуникация в организации – это информационные взаимодействия, в которые люди вступают при выполнении своих функциональных обязанностей или должностных инструкций.

В широком смысле понятие «организация» применяется к биологическим, социальным и к техническим объектам.

Каждая организация имеет внутреннюю и внешнюю среду, в которых осуществляется операционная деятельность. Внутренняя среда организации – это та часть общей среды, которая находится в рамках организации.

Для оценки организационной культуры важно знать, какими критериями руководствуются в организации при продвижении работников по службе.

Организационную структуру можно рассматривать как формальную сеть передачи информации, обеспечивающую необходимый уровень эффективности. Она определяет принципы распределения труда, структуру и размеры подразделений, правила делегирования полномочий.

Тема 8. Межкультурная коммуникация

В процессе коммуникации происходит обмен сообщениями, т.е. осуществляется передача информации от одного участника к другому. Так как люди не умеют общаться непосредственно – скажем, с помощью электрических импульсов, посылаемых от одного мозга к другому, – информация кодируется с помощью определенной символической системы, передается и затем декодируется, или – шире – интерпретируется адресатом сообщения. К-ция имеет место всегда, когда какому-либо поведению или его результату приписывается некоторое значение и они выступают как знаки или символы. Смыслы, создаваемые в процессе общения, не совпадают даже у людей, говорящих на одном и том же языке, выросших в одной и той же культуре. При коммуникации людей разных культур и языков понимание становится ещё более сложным.

Общение, осуществляемое в условиях значительных культурно обусловленных различий коммуникативной компетенции его участников, влияющих на эффективность коммуникативного события, называется межкультурной коммуникацией. Под коммуникативной компетенцией при этом понимается знание используемых при коммуникации символических систем и правил их функционирования, принципов коммуникативного взаимодействия, а также знания об устройстве внешнего мира (личный опыт индивидуума; базовые знания о мире, вследствие нашей принадлежности к различным национальным, этническим, социальным, религиозным, профессиональным и другим группам). Кросс-культурная коммуникация - конкретный феномен в двух или более культурах.

Раздел 2

Раздел 2 Речевая культура и этикет

Тема 1. Роль и место этикета в составе коммуникативной культуры.

Этикет, понятие и общая характеристика. Принципы формирования этикета. Многоплановость «статуса» этикета. Этикет как составная часть коммуникативной культуры. Элементы этикета, их роль в формировании воспитанного человека. Литература по этикету. Истоки этикета. Этикет в древнем обществе: Египет, Эллада, Древний Рим, Императорский Китай, Древняя Русь. Этикет у различных народов. Этикет в средневековой Франции. Этикет в России: от Петра 1 до наших дней.

Тема 2. Восприятие человека человеком. Типология личностей, личностные характеристики (качества), формирующие имидж человека. Общая характеристика межличностных отношений. Типология личностей по типу темперамента (холерики, сангвиники, флегматики, меланхолики).

Особенности типологии академика И. П. Павлова. Набор личностных характеристик для каждого типа личности. Личность и стиль общения (поведения). Восприятие людей различных типов в межличностной коммуникации в разных сферах. Совмещение и несовмещение личностных особенностей и влияние этого процесса на результат коммуникации. Тестирование на определение типа личности по темпераменту.

Тема 3. Коммуникативные барьеры и пути их преодоления.

Психологические свойства комплексов. Признаки закомплексованной личности: чувство неполноценности, вины, неуверенность в личностных и профессиональных позитивных качествах и др. Виды комплексов. Практические советы по их преодолению.

Анализ методик «Самореализация личности», «Любят ли вас окружающие?», «Я самая обаятельная и привлекательная».

Тема 4. Этапы общения с точки зрения этикета; общие положения (знакомство, приветствие, представление, прощание).

Приветствие и его связь с типом общения и коммуникативным статусом общающихся. Различные формы знакомства и этикет. Представление, его модели. Прощание как завершение коммуникации и его связь с типом общения и коммуникативным статусом общающихся.

Комплементы и их типы: прямой, косвенный, скрытый, сравнение и пр. Особенности, стиль, механизм произнесения комплемента. Формы ответа. Compliments в различных видах общения. Compliments с точки зрения голосовых особенностей участников.

Наука о собственных именах – ономастика. Именование человека – имя, отчество, фамилия. Исследования о личных собственных именах. Классификация имен: полные, сокращенные(уменьшительные). Виды уменьшительных форм имен (бессуффиксные, с суффиксом «к» и пр.), их роль в коммуникации. Частота употребления отдельных имен. Имена в официальной и неофициальной сферах общения.

Имена при обращении. Употребление отчеств в различных ситуациях.

Местоимения «Ты и Вы», их роль в коммуникации. Особенности русского обращения. Обращение у других народов.

Визитные карточки и их роль на различных этапах коммуникативного процесса. Из истории визитных карточек. Открытка как элемент межличностных отношений в коммуникации.

Анализ методик «Способы запоминания имен: механический, ассоциативный и комбинированный», «Умеете ли вы делать комплементы?»

Тема 5. Деловой этикет в деловом общении различных типов.

Понятие делового общения. Виды делового общения. Этикет в деловом мире. Этикет деловой беседы (переговоров).

Методы ведения деловых переговоров. Деловая дискуссия. Влияние эмоций, разности интересов на результат делового общения.

Объективные критерии делового этикета: общие положения. Похвала и критика в деловой среде. Общение по телефону. Деловой прием и его этапы. Имидж делового человека; манеры, одежда, речь и пр. Деловые трапезы. Интерьер офиса.

Анализ конкретных ситуаций.

Тема 6. Современные тенденции в развитии коммуникативной культуры личности.

Личность и общество на различных этапах развития социума. Общая характеристика современного общества. Формы коммуникации в ситуациях массового общения людей. «Лицо» политического деятеля. «Лицо» делового человека сегодня.

Рольное взаимодействие в формальном и неформальном общении различных типов (обобщение). Молодежный сленг и этикет неформалов. Позитивные и негативные характеристики современного человека с позиции личностно - профессионального имиджа. Тенденции в развитии коммуникативной культуры личности. Этикет сегодня.

5.2. ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАНЯТИЯ

Практическое занятие № 1. Предмет, цели и задачи курса «Основы коммуникативной культуры».

Цели:

1. Определить место теории коммуникации в системе научного знания

2. Категории «коммуникация» и «общение» как ключевых категорий теории коммуникации.
3. Коммуникация в информационном обществе.

Теоретические вопросы:

Задание 1: Дать определение следующим понятиям: Источник (отправитель), Получатель, Сообщение, Канал, Обратная связь, Кодирование и декодирование, Шум.

Задание 2.

1. Определите объект и предмет теории коммуникации.
2. Дайте характеристику основных законов коммуникации.
3. Охарактеризуйте типы коммуникации, их признаки.
4. Что общего и различного содержится в понятиях коммуникация, общение, речевая деятельность?
5. В чем состоят особенности каждой из сторон общения — коммуникативной, интерактивной и перцептивной?
6. Какие общенаучные и частнонаучные методы используются при исследовании коммуникативных процессов?

Практические задания:

1. Объясните, кто такие коммуниканты. Могут ли влиять на успешность коммуникации интересы коммуникантов?
2. Какие типы взаимодействия вы знаете?
3. Поясните, что понимается под коммуникативным пространством.
4. Определите, к каким видам коммуникации относятся следующие ситуации:
 - беседа двух друзей;
 - выступление президента страны по телевизору;
 - реклама напитка 7 UP по телевизору;
 - электронное сообщение коллеге.
5. Установлено, что полиглот, владеющий не одним иностранным языком, легче усваивает другие языки. Как вы думаете, чем можно объяснить этот факт? Объясните значение слова полиглот, используя Толковый словарь иноязычных слов.

Литература:

1. Голуб О.Ю. Теория коммуникации : Учебник / О.Ю. Голуб, С.В. Тихонова. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2014. – 388с.
2. Коноваленко М.Ю. Теория коммуникации: учебник для бакалавров/ М.Ю. Коноваленко, В.А. Коноваленко. – М.: Изд-во Юрайт, 2012. – 415с.
3. Кривокора Е.И. Деловые коммуникации: учеб.пособие / Е.И. Кривокора. – М.: ИНФРА – М., 2013. – 188с.
4. Имиджелогия и этикет: учебно-методические материалы /[сост. С.Г. Цветкова]. – М.: МГУКИ, 2008. – 66с.

Практическое занятие № 2. Коммуникативный процесс: составные части

Цели определить:

1. Элементы коммуникативного процесса.
2. Условия эффективности коммуникации и барьеры.

Вопросы для обсуждения:

1. Барьеры, обусловленные факторами среды.
2. Технические барьеры.
3. Психофизиологические барьеры.
4. Социокультурные барьеры.

Теоретические вопросы:

1. В чем состоит суть коммуникативного процесса? Какие основные элементы представлены в этом процессе?
2. Какие требования предъявляются к отправителю и получателю сообщения?

3. Каким образом происходит кодирование и декодирование информации в процессе коммуникации? Почему, на ваш взгляд, до сих пор не разгадана тайна Фестского диска?
4. Каково значение обратной связи в процессе коммуникации?
5. По каким основаниям классифицируются коммуникативные барьеры?
6. Почему фонетический барьер (невнятная речь, скороговорка, плохая дикция) является препятствием проходимости информации? Почему нарушения в культуре речи, ошибки в ударении, в словах, в их окончаниях при восприятии речи публичного человека (депутат, политик, представитель власти) являются помехой в общении?
7. Какие подходы существуют при обосновании типов коммуникации?
8. В чем состоит специфика контактного во времени и дистантного в пространстве общения по телефону?
9. Почему к видам опосредованного общения относят письмо, передачу по радио, обращение через газету?

Практические задания:

1. Прокомментируйте точку зрения канадского ученого Г. М. Мак-Люэн (McLUNAN, Herbert Marshall), согласно которой *The medium is the message* (средство и есть сообщение). Что, на ваш взгляд, важнее – содержание сообщения или средство передачи сообщения (алфавит, пресса, электронные СМИ)?

2. Среди основных причин, создающих барьер при коммуникации, называют:

- * неточность высказывания;
- * неуместное использование профессиональных терминов;
- * несовершенство перекодирования мыслей в слова;
- * чрезмерное использование иностранных слов;
- неверное истолкование намерений собеседника;
- неполное информирование партнера;
- быстрый темп изложения информации;
- неполная концентрация внимания,
- витиеватость мысли;
- неадекватные интонации, мимика и жесты, не совпадающие со словами;
- наличие смысловых разрывов и скачков мысли.

С какими из этих факторов сталкиваетесь вы, выступая в роли получателя или отправителя сообщения? Поясните свой ответ, используя конкретные примеры из вашей речевой практики.

Литература:

1. Голуб О.Ю. Теория коммуникации : Учебник / О.Ю. Голуб, С.В. Тихонова. – М.: Издательско-торговая корпорация “Дашков и К°”, 2014. – 388с.
2. Коноваленко М.Ю. Теория коммуникации: учебник для бакалавров/ М.Ю. Коноваленко, В.А. Коноваленко. – М.: Изд-во Юрайт, 2012. – 415с.
3. Кривокора Е.И. Деловые коммуникации: учеб.пособие / Е.И. Кривокора. – М.: ИНФРА – М., 2013. – 188с.
4. Имиджелогия и этикет: учебно-методические материалы /[сост. С.Г. Цветкова]. – М.: МГУКИ, 2008. – 66с.

Практическое занятие № 3. Речь как знаковая система

Цель занятия изучить:

1. Особенности речевого взаимодействия.
2. Семиотика
3. Формы коммуникации.
4. Стили коммуникации.

Вопросы для обсуждения:

1. Семиотические аспекты коммуникации
2. Концепции семиотики
3. Знак, виды знаков и знаковые системы
4. Семантика, синтактика, прагматика
5. Искусственные знаковые системы
6. Речевое общение как способ коммуникации.
7. Формы вербальной коммуникации (диалог, монолог и др.).
8. Стили вербальной коммуникации.

Литература:

1. Голуб О.Ю. Теория коммуникации : Учебник / О.Ю. Голуб, С.В. Тихонова. – М.: Издательско-торговая корпорация “Дашков и К°”, 2014. – 388с.
2. Коноваленко М.Ю. Теория коммуникации: учебник для бакалавров/ М.Ю. Коноваленко, В.А. Коноваленко. – М.: Изд-во Юрайт, 2012. – 415с.
3. Кривокора Е.И. Деловые коммуникации: учеб.пособие / Е.И. Кривокора. – М.: ИНФРА – М., 2013. – 188с.
4. Имиджология и этикет: учебно-методические материалы /[сост. С.Г. Цветкова]. – М.: МГУКИ, 2008. – 66с.

Практическое занятие № 4. Невербальная коммуникация

Цель занятия изучить:

1. Невербальные средства коммуникации.
2. Психологические особенности использования невербальных средств в общении.
3. Специфики психофизиологических и социокультурных барьеров социальной коммуникации.

Вопросы для обсуждения:

1. Перечислите главные компоненты структуры невербального поведения.
2. Каково соотношение понятий «вербальная коммуникация» и «невербальная коммуникация»?
3. Приведите примеры неосознанных произвольных невербальных реакций.
4. Что относится к паралингвистическим особенностям невербальной коммуникации?
5. На чем основан психологический «детектор лжи»?
6. Каковы внешние проявления эмоциональных состояний?

Ролевая игра «Дистанция».

Смоделируйте диалоги в различных ситуациях общения. Один из игроков должен нарушать дистанцию общения, типичную для данной ситуации, другой – стремиться ее сохранить. (Обратитесь к таблице ниже). Для чего необходимо соблюдать дистанцию? Чем объясняются межкультурные различия проксемических особенностей коммуникации?

Сводная таблица дистанций общения, типичных для России

Дистанция	Расстояние	Собеседники	Ситуация
Интимная	Менее 40–50 см	Родители, дети, влюбленные и т. д.	Духовная близость, полное доверие
Личная	От 0,4–0,5 до 1,2–1,5 м	Друзья, едино- мышленники	Доверие, обсужде- ние личных проб- лем, совместная дея- тельность
Социальная (обществен- ная)	От 1,2–1,5 м до 2 м	Приятель, коллег- и по работе	Обменяться ново- стями, просто по- болтать, анекдоты на перекуре
Формальная	От 2 м до 3,7–4 м	Начальник — подчиненный, деловой партнер	Прием у начальст- ва. Деловые пере- говоры, визит к чиновнику
Публичная (открытая)	Более 3,7–4 м	Митинг, концерт- ный зал	Позволяет воздер- жаться от общения или просто поздо- рваться

Литература:

1. Голуб О.Ю. *Теория коммуникации : Учебник* / О.Ю. Голуб, С.В. Тихонова. – М.: Издательско-торговая корпорация “Дашков и К°”, 2014. – 388с.
2. Коноваленко М.Ю. *Теория коммуникации: учебник для бакалавров* / М.Ю. Коноваленко, В.А. Коноваленко. – М.: Изд-во Юрайт, 2012. – 415с.
3. Кривокора Е.И. *Деловые коммуникации: учеб.пособие* / Е.И. Кривокора. – М.: ИНФРА – М., 2013. – 188с.
4. *Имиджология и этикет: учебно-методические материалы* / [сост. С.Г. Цветкова]. – М.: МГУКИ, 2008. – 66с.

Практическое занятие № 5 **«Деловая риторика»**

Цель занятия изучить:

1. Понятие риторики, ее виды.
2. Понятие деловой риторики.
3. Законы деловой риторики.
4. Принципы и эффекты речевого воздействия.
5. Презентационная речь как разновидность публичной речи.

Вопросы для коллективного обсуждения:

1. Почему риторические умения и навыки важны в сфере делового общения?
2. Почему не все рекомендации американских специалистов по ведению деловых переговоров можно использовать в России?

Задание для самостоятельной работы:

1. Проанализируйте текст презентационной речи, выделите основные элементы её структуры:

Уважаемые господа!

Сегодня мы рады открыть в... представительство Группы Компаний АМОЛИ, которая начала свою деятельность в виде отдельных компаний более 40 лет назад в Индии и является в настоящее время одним из лидирующих торговых домов Дальнего Востока в областях электроники, химического и фармацевтического сырья, компьютеров и периферии, копировальной техники.

Наш торговый дом состоит из нескольких компаний, занимающихся производством и экспортным и импортным бизнесом в разных областях и объединенных в 1986 году под общим названием «Амоли». Это – «Кемфар», «АмолиОрганикс ЛТД» и «Умедикалабораториз ЛТД».

Сегодня «Амоли» имеет эффективную торговую сеть по всей Европе. На основе своего опыта компания уже заняла сильную позицию на международном рынке, поставляя качественную продукцию по конкурентным ценам.

Сфера деятельности компании:

«Амолиэнтерпрайзис ЛТД» (созд. в 1986 г.) – компьютеры и автоматизация офисного оборудования.

Это одна из ведущих организаций в Гонконге, имеющая репутацию одного из основных поставщиков фирменной продукции в сфере компьютеров, копировальной техники, оборудования и автоматизации офиса. В настоящее время мы имеем свое производство в этой сфере.

«Кемфар», созданная в 1987 году, производит химическую и фармацевтическую продукцию. Компания имеет свое производство в Индии.

Основная торговая сеть, представляющая рынок сбыта, в основном размещена в Индии и Китае, а также во многих других странах – Японии, Корее, Пакистане, Бангладеш, Кении, Нигерии и большинстве европейских стран.

Остальные дочерние компании успешно работают в сфере производства лекарственных препаратов в конечной и составной форме. Все производство согласуется с параметрами Who и USFDA.

Сегодня мы являемся лидером по качественному и количественному производству субстанций и имеем успешные результаты использования и налаженные торговые отношения со многими странами Азии, Америки, Африки и Европы.

На территории России «Амоли» является дилером таких компаний, как HewlettPackard, Canon, Ricoh, Epson.

Кроме своих складских мощностей в Гонконге и Сингапуре, мы имеем склады по многим видам продукции в Европе: Гамбурге, Вене и Москве.

Благодаря налаженным отношениям с производителями в Японии, на Тайване и в Китае мы имеем возможность предложить Вам конкурентные цены и своевременную доставку. Если вы уже имеете торговую сеть, мы можем действовать как ваши постоянный поставщик.

Будем рады с Вами сотрудничать и надеемся установить прочные деловые контакты с торговыми компаниями в России. Мы рады Вам представить всю гамму нашей продукции.

Приглашаем к взаимовыгодному сотрудничеству торговые организации, как крупные торговые компании, так и небольшие салоны, торгующие офисной техникой. Высокое качество нашей продукции и оптимальные цены – залог нашего и Вашего преуспевания.

Позвольте выразить надежду на взаимовыгодные контакты и успешные перспективы нашего бизнеса в России.

Благодарю за внимание.

2. Напишите текст-презентацию своей любимой газеты (журнала).

Литература:

1. Голуб О.Ю. Теория коммуникации : Учебник / О.Ю. Голуб, С.В. Тихонова. – М.: Издательско-торговая корпорация “Дашков и К°”, 2014. – 388с.

2. Коноваленко М.Ю. Теория коммуникации: учебник для бакалавров/ М.Ю. Коноваленко, В.А. Коноваленко. – М.: Изд-во Юрайт, 2012. – 415с.

3. Кривоко́ра Е.И. *Деловые коммуникации: учеб.пособие* / Е.И. Кривоко́ра. – М.: ИНФРА – М., 2013. – 188с.
4. *Имиджелогия и этикет: учебно-методические материалы* / [сост. С.Г. Цветкова]. – М.: МГУКИ, 2008. – 66с.

Практическое занятие № 6

«Деловые переговоры»

Цель занятия изучить:

1. Виды деловых переговоров.
2. Структура переговоров.
3. Методы и тактики ведения переговоров.
4. Резюмирование.

Вопросы для коллективного обсуждения:

1. Почему для менеджера являются важными этапы контроля и анализа ведения переговоров?
2. Какие стратегии ведения переговоров кажутся вам наиболее успешными?

Задания для самостоятельной работы:

1. Назовите законы риторики, соответствующие каждому этапу переговорного процесса.
2. Изучите схему переговоров (см. материалы для подготовки к практическим занятиям); какие стандартные речевые конструкции можно использовать на каждом этапе переговоров?

Материалы для подготовки

Схема переговоров:

1. Приветствие и введение в проблематику.
2. Характеристика проблемы и предложения в ходе переговоров.
3. Изложение позиций.
4. Обмен мнениями.
5. Решение проблемы.
6. Завершение, резюмирование.

Литература:

1. Голуб О.Ю. *Теория коммуникации : Учебник* / О.Ю. Голуб, С.В. Тихонова. – М.: Издательско-торговая корпорация “Дашков и К°”, 2014. – 388с.
2. Коноваленко М.Ю. *Теория коммуникации: учебник для бакалавров* / М.Ю. Коноваленко, В.А. Коноваленко. – М.: Изд-во Юрайт, 2012. – 415с.
3. Кривоко́ра Е.И. *Деловые коммуникации: учеб.пособие* / Е.И. Кривоко́ра. – М.: ИНФРА – М., 2013. – 188с.
4. *Имиджелогия и этикет: учебно-методические материалы* / [сост. С.Г. Цветкова]. – М.: МГУКИ, 2008. – 66с.

Практическое занятие (деловая игра) № 7

«Деловые переговоры.

Искусство переговоров: целенаправленный сбыт»

Цель игры – отработка речевых тактик и стратегий успешного ведения переговоров, совершенствование навыков диалогической речи.

Ведущий и разработчик определяют, в какой последовательности участники будут «проигрывать» ситуацию переговоров, делят аудиторию на небольшие группы по 2–3 человека.

Ход игры: одновременно за передний стол с обеих сторон садятся по две группы, представляющие фирму-производителя (крупную торгующую фирму) и фирму

посредника. Переговоры проходят в несколько этапов. Результатом является не только достижение договоренности, но и оценка успешности применяемых тактических приемов.

Материалы для подготовки к практическим занятиям

Речевые стандарты, помогающие провести деловые переговоры.

ФРАЗЫ, ПОМОГАЮЩИЕ ПРЕДСТАВИТЬ СВОЮ ФИРМУ

Наша фирма создана (образована) в... году. Ее учредителями являются... Годовой оборот фирмы составляет... Фирма специализируется на..., в области... Фирма оказывает услуги... Фирма осуществляет посредничество... Фирма производит продажу... Фирма выпускает...

ФРАЗЫ, ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ ДЛЯ ВЫРАЖЕНИЯ ЦЕЛИ ВИЗИТА

Мы приехали, чтобы (обсудить вопрос, предложить свои услуги).

Целью нашего визита является (подписание договора, контракта, открытие СП и т.п.)...

Наша фирма намерена...

ФРАЗЫ, СВЯЗАННЫЕ С ВЫРАЖЕНИЕМ КОММЕРЧЕСКИХ ПРЕДЛОЖЕНИЙ

Наша фирма (компания):

готова осуществлять поставки...

может поставлять...

готова продавать (производить продажу)...

может закупать в больших и малых партиях...

ищет партнера (для, с целью)...

намерена создать СП по производству...

планирует строительство...

предполагает открыть магазины по продаже...

предлагает услуги в области...

ФРАЗЫ, ПОЗВОЛЯЮЩИЕ УКАЗАТЬ НА ФОРМУ СДЕЛКИ

Фирма готова обсудить валютные сделки. Фирма предлагает использовать бартерные контракты. Фирма готова рассмотреть варианты бартерных и компенсационных сделок.

Мы предлагаем заключить бартерную сделку. Мы можем согласиться на клиринговые сделки.

Практическое занятие № 8

«Деловая переписка»

Цель занятия изучить:

1. Композиция и язык служебных документов.
2. Договоры. Трудовой договор.
3. Деловые письма, их виды.
4. Резюме.

Вопросы для коллективного обсуждения:

- Приведите примеры внешних и внутренних документов. Назовите их основные реквизиты.

Задания для самостоятельной работы:

- Составьте собственное резюме.

Материалы для подготовки к практическому занятию:

Образец типового резюме

Антонова Белла Михайловна,

Род.в г. Смоленск

30 августа 1999 г.

Домашний адрес, Адрес университета

Домашний телефон, Рабочий телефон, факс

Позиция: гид-переводчик в летнее время

Сведения об образовании и имеющемся опыте работы:

РГУ, 2-й курс, факультет иностранных языков, студентка заочного отделения – сент. 2016 – настоящее время.

Курсы иностранных языков при МИДе РФ 2015–2016.

Средняя школа № 28 – 2006 – 2016.

Работала в качестве переводчика с группой американских туристов – июль–авг. 2015 г. (вне штата в «Интуристе»).

Дополнительные сведения:

Переводчик на международной конференции «Безопасность в больших городах» (г. С.-Петербург, май 2017 г.).

Прочие сведения:

Читаю, говорю и перевожу с английского. Пользователь ПЭВМ (свободно владею программами Word, Excel). Имею водительские права на управление транспортом категории А и В.

Интересы, склонности: Увлекаюсь живописью, театром (драматический жанр).

Иная вспомогательная информация: По характеру общительна, открыта, коммуникабельна. К порученному делу отношусь ответственно.

Сведения о рекомендациях: Рекомендации имеются и при необходимости могут быть предоставлены.

«29» октября 2017 г.

Антонова Б.М.

Литература:

1. Голуб О.Ю. Теория коммуникации : Учебник / О.Ю. Голуб, С.В. Тихонова. – М.: Издательско-торговая корпорация “Дашков и К°”, 2014. – 388с.

2. Коноваленко М.Ю. Теория коммуникации: учебник для бакалавров/ М.Ю. Коноваленко, В.А. Коноваленко. – М.: Изд-во Юрайт, 2012. – 415с.

3. Кривокора Е.И. Деловые коммуникации: учеб.пособие / Е.И. Кривокора. – М.: ИНФРА – М., 2013. – 188с.

4. Имиджелогия и этикет: учебно-методические материалы /[сост. С.Г. Цветкова]. – М.: МГУКИ, 2008. – 66с.

Практическое занятие № 9 **«Убеждение и манипулирование»**

План:

1. Убеждение и манипулирование в СМИ.
2. Спекулятивные методы аргументирования.
3. Техника нейтрализации замечаний собеседника.
4. Приёмы защиты от некорректных собеседников.
5. Перехват инициативы в общении.

Вопросы для коллективного обсуждения:

1. Какие методы убеждения и манипулирования на ваш взгляд часто используются в повседневном общении, в учебной деятельности?

2. Назовите приёмы манипулирования, использующиеся в рекламных текстах.

Задания для самостоятельной работы:

1. Приведите 5 примеров использования различных методов аргументирования.

2. Приведите примеры использования спекулятивных методов аргументирования (на материале публичной речи политиков).

Литература:

1. Голуб О.Ю. Теория коммуникации : Учебник / О.Ю. Голуб, С.В. Тихонова. – М.: Издательско-торговая корпорация “Дашков и К°”, 2014. – 388с.

2. Коноваленко М.Ю. Теория коммуникации: учебник для бакалавров/ М.Ю. Коноваленко, В.А. Коноваленко. – М.: Изд-во Юрайт, 2012. – 415с.

3. Кривокора Е.И. Деловые коммуникации: учеб.пособие / Е.И. Кривокора. – М.: ИНФРА – М., 2013. – 188с.

4. Имиджелогия и этикет: учебно-методические материалы /[сост. С.Г. Цветкова]. – М.: МГУКИ, 2008. – 66с.

5.3. СЕМИНАРСКИЕ ЗАНЯТИЯ – не предусмотрены

5.4. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА СТУДЕНТОВ

Самостоятельная работа студентов предполагает самостоятельную проработку разделов и тем учебной дисциплины, подготовку к аудиторным занятиям; выполнение учебных и учебно-исследовательских заданий во время аудиторных занятий; написание эссе, подготовка творческих проектов, презентаций, тематического портфолио; подготовку к текущему контролю знаний, к зачёту.

План для самостоятельной работы (16ч.)

№	Содержание и объём самостоятельной работы	Сроки и кол-во часов
1.	Подготовка к практическому занятию № 1 Подготовка к практическому занятию № 2	Февраль 0,5
2.	Подготовка к практическому занятию № 3 Подготовка к практическому занятию № 4	Март 0,5
3.	Подготовка к практическому занятию № 5 Подготовка к практическому занятию № 6 Подготовка к практическому занятию № 7	Апрель 0,5
4.	Подготовка к практическому занятию № 8 Подготовка к практическому занятию № 9 Повторение пройденного материала. Подготовка к зачёту.	Май 0,5

6. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ИТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ

У очной формы обучения **в 6 семестре** предусмотрен **зачёт**.

Для текущего контроля успеваемости по дисциплине «Речевая культура менеджера» и контроля за самостоятельной работой студентов применяются следующие оценочные средства: тест, опрос, собеседование, индивидуальные и/или групповые творческие задания.

ОБРАЗЕЦ ТЕСТОВОГО ЗАДАНИЯ:

Тест № 1

1. При представлении вручать визитную карточку:
А) обязательно
Б) не обязательно
В) по ситуации
2. При получении визитной карточки следует:
А) зачитать данные вслух
Б) молча убрать визитку

- В) вежливо поблагодарить и по возможности уточнить данные
3. Как обращаться к деловому партнеру:
- А) по имени и отчеству
Б) по имени
В) по фамилии
4. Как поступить, если в деловой беседе партнер называет вас неправильным именем или отчеством:
- А) сделать вид, что Вы не замечаете ошибки
Б) сразу же вежливо поправить говорящего
В) в конце беседы уточнить Ваши данные
5. Вы подходите к группе деловых партнеров, состоящей из трех мужчин и одной женщины. Все Вам уже знакомому. Как правильно приветствовать их:
- А) Всем вежливо улыбнуться и сказать «Добрый день»
Б) Поприветствовать ритуальными словами и пожать руки мужчинам
В) Улыбнуться, сказать ритуальные слова, пожать руки сначала женщине, а потом мужчинам по статусу
6. Как Вы дадите о себе знать при встрече на вокзале незнакомых деловых партнеров:
- А) будете стоять с табличкой у выхода
Б) дадите объявление по радио вокзала о месте встречи
В) будете ходить вдоль вагонов поезда
7. Вы стали руководителем отдела, в котором несколько лет дружно проработали с коллегами. Вы стали их начальником, а в фирме принято обращение к начальству на ВЫ и по имени и отчеству. Ваши же коллеги, помня о прошлом, продолжают называть Вас на ТЫ и по имени. Ваши действия:
- А) С глазу на глаз попросите каждого из них в дальнейшем изменить обращение
Б) сохраните эту привилегию для ветеранов, попросив всех других изменить обращение
В) Выскажите свою просьбу для всех на первом же совещании
8. Женщина проходит мимо группы коллег. Кто здоровается первым:
- А) Мужчины
Б) женщина
В) обоюдное приветствие
9. Вы только что столкнулись, придя на деловой прием, с покидающими его партнерами, не знакомыми Вам:
- А) Вы обязательно должны представиться
Б) Вас обязательно должны представить
В) Представление не обязательно
10. Деловой разговор внезапно прервался. Кто должен возобновить его?:
- А) Ваш партнер
Б) Вы сами
В) Тот, кто говорил последним

Ключ к тесту № 1:

1 – А	6 – А
2 - А	7 – В
3 – В	8 – Б
4 – В	9 – В
5 - В	10 - В

Список вопросов, выносимых на зачёт:

1. Понятие коммуникация
2. Структура коммуникации
3. Функции коммуникации

4. Виды коммуникации: вербальная (семиотика)
5. Виды коммуникации: невербальная.
6. Деловое общение: понятие, сущность, основные принципы
7. Аспекты и стороны общения (восприятие, идентификация)
8. Аспекты и стороны общения (рефлексия).
9. Коммуникативная сторона общения
10. Стратегия и тактика аргументации
11. Культура делового общения
12. Уровни делового общения (деловая беседа)
13. Коммуникативные барьеры и пути их преодоления
14. Нравственные и поведенческие нормы общения
15. Имиджелогия. Понятие о личностно-профессиональном имидже.

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

7.1. РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

7.1.1. ОСНОВНАЯ ЛИТЕРАТУРА:

1. Голуб О.Ю. Теория коммуникации : Учебник / О.Ю. Голуб, С.В. Тихонова. – М.: Издательско-торговая корпорация “Дашков и К°”, 2014. – 388с.
2. Имиджелогия и этикет: учебно-методические материалы /[сост. С.Г. Цветкова]. – М.: МГУКИ, 2008. – 66с.
3. Коноваленко М.Ю. Теория коммуникации: учебник для бакалавров/ М.Ю. Коноваленко, В.А. Коноваленко. – М.: Изд-во Юрайт, 2012. – 415с.
4. Кривокора Е.И. Деловые коммуникации: учеб.пособие / Е.И. Кривокора. – М.: ИНФРА – М., 2013. – 188с.
5. Основы теории коммуникации: учебник / под ред. М.А. Василика. – М.: Гардарики, 2007. – 615с.

7.1.2. ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ЛИТЕРАТУРА:

1. Арзумян Э. Слово о жесте (концепция кинесического языка): [учебное изд.] / ЭдвигАрзумян. –М.: РУТИ-ГИТИС, 2013.– 326с.
2. АсмоловаМ.Л. Деловые комплименты: управление людьми при внедрении инноваций: учеб.пособие / М.Л. Асмолова. – М.: РИОР: ИНФРА-М., 2014. – 153с.
3. БатаршевА.В. Психодиагностика способности к общению, или как определить организаторские и коммуникативные качества личности / А.В. Батаршев. – М.: Владос, 1999. – 176с.
4. Берн Э. Игры, в которые играют люди. Психология человеческих взаимоотношений. – Л.: Лениздат, 1992. – 400 с.
5. Горелов И.Н. Безмолвной мысли знак: рассказы о невербальной коммуникации / И. Горелов, В. Енгальчев. – М.: Молодая гвардия, 1991. – 240с.
6. Карнеги Д. Как завоевать друзей и оказывать влияние на людей. [пер. с англ. и общ.ред. Зинченко В.П. и Жукова Ю.М.]. / Дейл Карнеги. – М.: Прогресс, 1992. – 714с.
7. Карнеги Д. Учебник жизни. [сочинения] / Дейл Карнеги; [пер. с англ.: З. Вольской, Ю. Семёнова].– М.: ЭКСМО-Пресс, 2001. – 720с.
8. Ковальчук А.С. Основы имиджелогии и делового общения: учебное пособие для студентов вузов / А.С. Ковальчук. – Ростов – на – Дону: Феникс, 2007. – 282 с.
9. Кривокора Е.И. Деловые коммуникации: учеб.пособие / Е.И. Кривокора.– М.: ИНФРА-М., 2014. – 188с.

10. Леонтьев, А. А. Психология общения : учеб. пособие для доп. образования / А. А. Леонтьев. – 2-е изд., испр. и доп. – М. : Смысл, 1997. – 365 с. : ил. – (Психология для студента ; Вып. 4).
11. Логинова А.С. Этикет и культура поведения / Логинова А.С. – М.: «Управление персоналом», 2009. – 250 с.
12. Мацумото Д. Психология и культура / Д. Мацумото. – СПб.: Еврознак, 2002. – 416 с.
13. Пронников В.А. Язык мимики и жестов / В.А. Пронников, И.Д. Ладанов. – М.: Стелс, 2001. – 212 с.
14. Психология и этика делового общения / Под ред. В.Н. Лавриненко. М., 1997. – 273 с.
15. Сорины (сестры) Язык одежды, или как понять человека по его одежде / Сорины. – М.: «Тадем», «ГНОМ-ПРЕСС», 1998. – 224 с.
16. Ушакова Н.В. Имиджология: учебное пособие / Н.В. Ушакова, А.Ф. Стрижова. – 3-е изд., испр. – М.: «Дашков и К», 2013. – 254 с.
17. Чурилова С.В. Имиджология: метод. материалы / С.Г. Чурилова. – М.: АПРИКТ. Ч.1. – 2000. – 156 с.
18. Шепель В.М. Имиджология: секреты личного обаяния. М.: ЛИНКА-Пресс, 1997. – 168 с.

7.2. СРЕДСТВА ОБЕСПЕЧЕНИЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ.

7.2.1. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ И МАТЕРИАЛЫ ПО ВИДАМ ЗАНЯТИЙ.

Методические рекомендации по проведению практических занятий

На занятиях рекомендуется широко использовать аудио-визуальные технические средства обучения, сочетать различные формы обучения и опираться на профессиональную компетенцию обучаемых.

Практические занятия (ПЗ) предназначены для углубленного изучения дисциплины. Их формы разнообразны. Это родовое понятие: уроки иностранного языка, лабораторные работы, семинарские занятия, практикумы.

Практические занятия играют важную роль в выработке у студентов навыков применения полученных знаний для решения практических задач совместно с преподавателем.

Цель практических занятий. ПЗ призваны углублять, расширять, детализировать знания, полученные на лекции в обобщенной форме, и содействовать выработке навыков профессиональной деятельности. Они развивают научное мышление и речь, позволяют проверить знания студентов и выступают как средства оперативной обратной связи. Привить навыки поиска, обобщения и изложения учебного материала.

План ПЗ отвечает общим идеям и направленности лекционного курса и соотносен с ним в последовательности тем. Он является общим для всех преподавателей и обсуждается на заседании кафедры.

Методика ПЗ может быть различной, она зависит от авторской индивидуальности преподавателя. Важно, чтобы различными методами достигалась общая дидактическая цель.

Между практическими занятиями планируется самостоятельная работа студентов, предполагающая изучение необходимого фонетического, грамматического, лексического и т.п. материала и подготовку к практическим занятиям.

Структура ПЗ в основном одинакова:

- вступление преподавателя;
- ответы на вопросы студентов по неясному материалу;
- практическая часть как плановая;
- заключительное слово преподавателя.

Основная часть занятия и методы ее проведения зависят от целей и задач конкретного занятия.

Разнообразие занятий вытекает из собственно практической части. Это могут быть дискуссии, решение задач, доклады, тренировочные упражнения, наблюдения, эксперименты.

Цель занятий должна быть ясна не только преподавателю, но и слушателям.

ПЗ не должно быть топтанием на месте. Если студенты поймут, что все его обучающие возможности исчерпаны, то резко упадет уровень мотивации. Следует организовывать ПЗ так, чтобы студенты постоянно ощущали нарастание сложности выполняемых заданий, испытывали положительные эмоции от переживания собственного успеха в учении, были заняты напряженной творческой работой, поисками правильных и точных решений. Большое значение имеют индивидуальный подход и продуктивное педагогическое общение. Обучаемые должны получить возможность раскрыть и проявить свои способности, свой личностный потенциал. Поэтому при разработке заданий и плана занятий преподаватель должен учитывать уровень подготовки и интересы каждого студента группы, выступая в роли консультанта и не подавляя самостоятельности и инициативы студентов.

При проведении ПЗ следует учитывать роль повторения. Но оно должно быть не нудным, однообразным. Повторение для закрепления знаний следует проводить вариантно, под новым углом зрения.

Практические занятия по английскому языку предполагают выполнения контрольных, сдачу зачётов и экзаменов. На основании чего проверяются усвоенные знания студентов и умения применить их на практике.

Практические (семинарские) занятия направлены на выработку у учащихся общекультурных компетенций:

1. Необходимо вырабатывать у студентов навыки владения этикетом в формальной и неформальной сферах. Для этого следует регулярно проводить деловые и ролевые игры, тренинги, разбор различных коммуникативных ситуаций
2. Студент должен уметь публично выступать, владеть основами ораторского искусства.
3. Необходимо, чтобы учащиеся осознали роль имиджа в коммуникации, четко представляли себе имидж работника социально-культурной сферы.
4. Для анализа коммуникативной культуры в практическом воплощении необходимы внеаудиторные занятия по наблюдению за культурой общения в публичных местах.
5. Студент должен хорошо знать личностные особенности коммуникантов и уметь использовать их для организации межличностных отношений.

7.2.2. ИНФОРМАЦИОННО-ПРОГРАММНЫЕ СРЕДСТВА:

- Поисковая система Google.com

<https://ru.wikipedia.org>

<http://cyberleninka.ru>

8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

8.1. СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫЕ АУДИТОРИИ

Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.

8.2. УЧЕБНО-ЛАБОРАТОРНОЕ ОБОРУДОВАНИЕ

Помещения для самостоятельной работы обучающихся должны быть оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.