

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Кудинова Анна Васильевна

Должность: Заведующая кафедрой арт-бизнеса и рекламы

Дата подписания: 26.08.2020 10:49:26

Уникальный программный ключ:

1366bab9c8f00d7373af5daa080a8bec83d71fc

Министерство культуры Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение

высшего образования

**«КРАСНОДАРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ
КУЛЬТУРЫ»**

Факультет социально-культурной деятельности и туризма

Кафедра арт-бизнеса и рекламы

УТВЕРЖДАЮ

зав. кафедрой

арт-бизнеса и рекламы



А.В. Кудинова

26 августа 2020 г. Пр. № 1

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Б1.О.13 Деловые коммуникации

Направления подготовки (профиль): 50.03.01 Искусства и гуманитарные науки (Арт-бизнес и реклама)

Форма обучения – очная, заочная

Краснодар
2020

Рабочая программа учебной дисциплины разработана в соответствии с требованиями ФГОС ВО, утвержденным приказами Министерства образования и науки Российской Федерации, по направлению подготовки 50.03.01 Искусства и гуманитарные науки (№ 532 от 08.06.2017).

Рецензенты:

Доктор филологических наук,
профессор кафедры электронных средств
массовой информации и новых медиа
факультета журналистики
Кубанского государственного университета

Е.Г. Сомова

Кандидат культурологии, доцент кафедры социально-
культурной деятельности КГИК

Л.Н. Кондратьева

Составитель: А.В. Кудинова, кандидат исторических наук, доцент кафедры арт-
бизнеса и рекламы

Рабочая программа учебной дисциплины рассмотрена и утверждена на заседании
кафедры арт-бизнеса и рекламы 26 августа 2020 г., протокол №1.

Рабочая программа учебной дисциплины «Деловые коммуникации» одобрена и
рекомендована к использованию в учебном процессе Учебно-методическим
советом ФГБОУ ВО «КГИК» 26 августа 2020 г., протокол №1.

Содержание

1. Цели и задачи освоения дисциплины	С.4
2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО	С. 4
3. Требования к результатам освоения содержания дисциплины	С. 4-5
4. Структура и содержание и дисциплины	С.5-20
4.1. Структура дисциплины:	С. 5-6
4.2. Тематический план освоения дисциплины по видам учебной деятельности и виды самостоятельной (внеаудиторной) работы	С.6-14
5. Образовательные технологии	С.14-15
6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации:	С.15-28
6.1. Контроль освоения дисциплины	С. 15
6.2. Оценочные средства	С.15- 20
7. Учебно-методическое и информационно обеспечение дисциплины	С.20-33
7.1. Основная литература	С. 20
7.2. Дополнительная литература	С.20
7.3. Периодические издания	С. 20
7.4. Интернет-ресурсы	С. 21
7.5. Методические указания и материалы по видам занятий	С. 21-26
7.6. Программное обеспечение	С. 26
8. Материально-техническое обеспечение дисциплины	С.26-27.
9. Дополнения и изменения к рабочей программе учебной дисциплины	С. 28

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цели: формирование у обучающихся системы базовых знаний и навыков для построения эффективных деловых коммуникаций как основы управленческой деятельности в сфере арт-бизнеса и рекламы, в том числе освоение основ делового общения во внутренней и внешней среде организации в сфере арт-бизнеса и рекламы, изучение технологий эффективной устной и письменной коммуникации в сфере арт-бизнеса и рекламы.

Задачи:

- изучить особенности речевого общения в профессиональной сфере;
- овладеть основными видами деловых коммуникаций, их функциями, определением барьеров в деловом общении;
- освоить особенности вербальной и невербальной речи;
- усвоить основы деловой этики, этикета и культуры делового общения;
- овладеть спецификой оформления устной и письменной речи в официально-деловом стиле;
- изучить основные механизмы воздействия на людей в процессе делового общения.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина относится к обязательной части Блока 1 «Дисциплины (модули)».

Для ее изучения требуются знания в объеме требований ФГОС среднего (полного) общего образования (10-11 кл.). Успешное усвоение знаний по данной дисциплине необходимо для изучения последующих дисциплин: «Менеджмент и маркетинг в арт-бизнесе и рекламе», «Экономика организаций малого бизнеса», «Связи с общественностью», «Деловой иностранный язык» и др.

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫЕ С УСТАНОВЛЕННЫМИ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЕ ИНДИКАТОРАМИ ДОСТИЖЕНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ.

В результате освоения дисциплины обучающиеся должны демонстрировать следующие результаты.

Наименование компетенций	Индикаторы сформированности компетенций		
	знать	уметь	владеть
Способность анализировать основные контексты социального взаимодействия (ОПК-7)	<ul style="list-style-type: none"> • принципы и закономерности деловой корпоративной культуры организации; • технологии проведения деловых переговоров, встреч, совещаний, телекоммуникационного делового общения; • основы делового протокола. 	использовать методологию и методы теоретического и прикладного анализа основных контекстов социальных взаимодействий во внутренней и внешней среде организации	опытом применения методологии и методов анализа теоретического и прикладного анализа основных контекстов социальных взаимодействий во внутренней и внешней среде организации

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Структура дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единиц (108 часов)

По очной форме обучения

№ п/п	Раздел дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)				Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра) Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
				Л	ПЗ	Конт роль	СР	
1	Формы и виды деловых коммуникаций	1	1-10	8	8		29	1-7 неделя – опрос 8 неделя – обсуждение выполненных работ
2	Деловые коммуникации в системе управления арт-бизнесом	1	11-17	8	8		29	9-17 недели – опрос, обсуждение эссе.
	Итого			16	16	18	58	108/3
Вид итогового контроля								Экзамен

По заочной форме обучения

№ п/п	Раздел дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)				Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра) Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
				Л	ПЗ	Конт роль	СР	
1	Формы и виды деловых коммуникаций	1		2	2		48	устный опрос, обсуждение эссе и рефератов

2	Деловые коммуникации в системе управления арт-бизнесом	1		4	4		30	устный опрос, обсуждение эссе и рефератов	
			Итого	6	6	18	78		
								Вид итогового контроля	Экзамен
							Всего	108/3	

4.2 Тематический план освоения дисциплины по видам учебной деятельности и виды самостоятельной (внеаудиторной) работы

По очной форме обучения

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала (темы, перечень раскрываемых вопросов): лекции, практические занятия (семинары), индивидуальные занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа	Объем часов / з.е.	Формируемые компетенции (по теме)
1	2	3	4
1 семестр			
Раздел 1. Формы и виды деловых коммуникаций			
Тема 1.1. Концептуальные подходы к деловым коммуникациям	<u>Лекция:</u> Цели и задачи изучения курса. Понятие коммуникации в различных науках: социологии, лингвистике, психологии, менеджменте. Сравнительный анализ понятий «общение», «коммуникация» и «межличностные отношения». Коммуникация коммуникативной компетентности. Структура коммуникационного процесса. Три типа деловых навыков, необходимых в управлении. Навык человеческих отношений и деловое общение, как часть этого навыка. Что такое общение, его типы, каналы и средства. Общение как сложный процесс, составляющие этого процесса.	2/0,05	ОПК-7
	<u>Практическое занятие (семинар):</u> <u>Вопросы:</u> 1. Концепты коммуникации в различных науках. 2. Структура коммуникационного процесса. Три типа деловых навыков, необходимых в управлении. 3. Общение, его типы, каналы и средства. 4. Общение как сложный процесс, составляющие этого процесса.	2/0,1	
	<u>Самостоятельная работа:</u> подготовка к обсуждению вопросов по теме, подготовка эссе и презентаций в Power Point	7,25/0,2	

Тема 1.2. Деловые коммуникации: виды и функции	<u>Лекция:</u> Характеристика понятия «деловая коммуникация». Функции деловой коммуникации. Коммуникация как форма управления организацией. Виды коммуникаций в организациях.	2/0,05	ОПК-7
	<u>Практическое занятие (семинар):</u> <u>Вопросы:</u> 1.Характеристика понятия «деловая коммуникация». 2.Функции деловой коммуникации. 3.Коммуникация как форма управления организацией. 4.Виды коммуникаций в организациях.	2/0,05	
	<u>Самостоятельная работа:</u> подготовка к обсуждению вопросов по теме на семинаре и подготовка эссе и презентаций в Power Point	7,25/0,2	
Тема 1.3. Вербальные и невербальные средства деловой коммуникации	<u>Лекция:</u> Речевые средства общения. Факторы, обуславливающие речевое поведение и взаимопонимание: коммуникативная компетентность, социальные роли, коммуникативный контекст, коммуникативная установка, этнокультурные особенности. Умение слушать. Техники активного слушания. Их преимущества и недостатки. Трудности эффективного слушания: ошибки тех, кто слушает; внутренние помехи слушания; внешние помехи слушания. Три уровня слушания. Виды слушания. Обратная связь в процессе слушания. Умение формулировать свои мысли. Природа и типология невербальной коммуникации. Невербальные средства общения и их функции: дополнение речи, замещение речи, репрезентация эмоциональных состояний. Сознательное и бессознательное в невербальном поведении. Проблема интерпретации невербальной информации. Паралингвистическая и экстралингвистическая системы знаков. Проксемика как наука о пространственной и временной организации общения. Организация пространственной среды в деловой коммуникации. Визуальная составляющая в межличностном общении.	2/0,05	ОПК-7

	<p><u>Практическое занятие (семинар):</u> <u>Вопросы:</u> 1.Речевые средства общения. 2.Факторы, обуславливающие речевое поведение и взаимопонимание: коммуникативная компетентность, социальные роли, коммуникативный контекст, коммуникативная установка, этнокультурные особенности. 3. Устная и письменная деловая речь. 4. Виды слушания. 5.Невербальные средства общения и их функции: дополнение речи, замещение речи, репрезентация эмоциональных состояний. 6.Сознательное и бессознательное в невербальном поведении. 7.Проблема интерпретации невербальной информации. 8.Паралингвистическая и экстралингвистическая системы знаков. 9.Организация пространственной среды в деловой коммуникации. 10.Визуальная составляющая в межличностном общении.</p>	2/0,05	
	<p><u>Самостоятельная работа:</u> подготовка к обсуждению вопросов по теме на семинаре и подготовка эссе и презентаций в Power Point</p>	7,25/0,2	
<p>Тема 1.4. Устные и письменные деловые коммуникации</p>	<p><u>Лекция:</u> Виды устных форм делового взаимодействия. Деловая беседа как специально организованный предметный разговор. Классификация деловых бесед. Технология кадровых бесед. Собеседование при приеме на работу. Беседа при увольнении с работы. Проблемные или дисциплинарные беседы. Технология телефонных бесед. Особенности официально-деловой речи. Внутренняя и внешняя письменная документация. Язык служебных документов. Приказ, протокол, решение, договор. Организационно-распределительная документация. Деловые письма, соглашения, запросы, сопроводительные письма, письма-регламентивы Служебные записки для внутренней коммуникации. Рекламный текст как вид делового послания.</p>	2/0,05	ОПК-7

	<p><u>Практическое занятие (семинар):</u> <u>Вопросы:</u> 1. Деловое общение как коммуникация. 2. Виды устных форм делового взаимодействия. 3. Деловая беседа как специально организованный предметный разговор. Классификация деловых бесед. 4. Технология кадровых бесед. Собеседование при приеме на работу. Беседа при увольнении с работы. Проблемные или дисциплинарные беседы. Технология телефонных бесед. 5. Особенности письменной деловой коммуникации. 6. Виды деловой документации. 7. Язык письменной деловой коммуникации. 8. Основные шаблоны письменной деловой коммуникации.</p>	2/0,05	
	<p><u>Самостоятельная работа:</u> подготовка к обсуждению вопросов по теме на семинаре и подготовка эссе и презентаций в Power Point по темам: «Виды устной речевой деловой документации» и «Виды письменной деловой документации».</p>	7,25/0,2	
Раздел 2. Деловые коммуникации в системе управления в сферах арт-бизнеса и рекламы			
Тема 2.1. Управление коммуникацией в бизнес-организации и рекламных агентствах	<p><u>Лекция:</u> Управление как целенаправленное регулирующее воздействие на объект. Цели управления коммуникацией. Понятие коммуникационного менеджмента. Критерии диагностики коммуникативной структуры организации. Коммуникация как функция управления организацией. Коммуникации как интегрирующий и дифференцирующий фактор деятельности организации. Виды внутренних и внешних коммуникаций в организации. Коммуникационная составляющая в деятельности бизнес-организаций рекламных агентств. Распорядительно-управленческая коммуникация. Отчетно-контрольная документация</p>	2/0,05	ОПК-7
	<p><u>Практическое занятие (семинар):</u> <u>Вопросы:</u> 1. Управление как целенаправленное регулирующее воздействие на объект. 2. Цели управления коммуникацией. Понятие коммуникационного менеджмента. 3. Критерии диагностики коммуникативной структуры организации. 4. Коммуникационная составляющая связей с общественностью и рекламы.</p>	2/0,05	
	<p><u>Самостоятельная работа:</u> подготовка к обсуждению вопросов по теме на семинаре и подготовка эссе и презентаций в Power Point</p>	7,25/0,2	

Тема 2.2. Деловые переговоры	<p><u>Лекция:</u> Деловые переговоры: их характер, определение целей, организация, методы и навыки ведения деловых переговоров; способы оценки достигнутых в процессе переговоров соглашений. Переговорный процесс. Коммуникативные барьеры, возникающие при прохождении переговорного процесса и способы их преодоления. Приемы повышения эффективности общения, в том числе профессиональное слушание как необходимый элемент успешного прохождения переговоров. Организационные особенности при подготовке деловых переговоров. Тактика ведения переговоров.</p>	2/0,05	ОПК-7
	<p><u>Практическое занятие (семинар):</u> <u>Вопросы:</u> 1. Деловые переговоры. 2. Переговорный процесс. Коммуникативные барьеры при проведении переговоров. 3. Приемы повышения эффективности переговоров. 4. Организационные особенности при подготовке деловых переговоров. 5. Тактика ведения переговоров.</p>	2/0,05	
	<p><u>Самостоятельная работа:</u> подготовка к обсуждению вопросов по теме на семинаре и подготовка эссе и презентаций в Power Point</p>	7,25/0,2	
Тема 2.3. Деловая дискуссия Конфликты в деловой коммуникации	<p><u>Лекция:</u> Деловая дискуссия. Определение понятий «спор», «дискуссия», «полемика». Классификация видов спора. Культура спора. Риторические приемы аргументации. Психологические приемы убеждения в споре. Конфликты и способы их предупреждения в деловом общении. Понятие конфликта. Причины и повод, порождающие конфликты. Способы управления и предупреждения конфликтов. Учет индивидуальных качеств участников конфликта. Оптимальные пути разрешения конфликтной ситуации. Профилактика конфликтных ситуаций в деловых коммуникациях.</p>	2/0,05	ОПК-7
	<p><u>Практическое занятие:</u> <u>Вопросы:</u> 1. Деловая дискуссия. Определение понятий «спор», «дискуссия», «полемика». 2. Классификация видов спора. Культура спора. 3. Риторические приемы убеждения. 4. Психологические приемы убеждения в споре. 5. Конфликты и способы их предупреждения в деловом общении. 6. Способы управления и предупреждения конфликтов. 7. Оптимальные пути разрешения конфликтной ситуации. 8. Профилактика конфликтных ситуаций в деловых коммуникациях.</p>	2/0,051	

	<u>Самостоятельная работа:</u> подготовка к обсуждению вопросов по теме на семинаре и подготовка эссе и презентаций в Power Point	7,25/0,2	
Тема 2.4. Этика и этикет в деловой коммуникации	<u>Лекция:</u> Этические формы и модели деловой коммуникации. Понятие этики, морали, этикета в деловом общении. Этикет деловых отношений, их социальный статус, место в служебной иерархии, профессии, национальности, вероисповедования, возраста, пола, характера. Корпоративная этика. Деловой этикет. Принципы деловой этики. Понятие «протокола» в деловом общении. Этика телефонного разговора. Этикетные формулы, используемые в деловой ситуации: выражение благодарности, замечание, предупреждение, совет, предложение. Особенности обращения как формулы речевого этикета. Этика различных видов речевого воздействия в деловых отношениях.	2/0,05	ОПК-7
	<u>Практические занятия:</u> <u>Вопросы:</u> 1. Этические формы и модели деловой коммуникации. Понятие этики, морали, этикета в деловом общении. 2. Этикет деловых отношений. 3. Корпоративная этика. 4. Деловой этикет. Принципы деловой этики. 5. Понятие «протокола» в деловом общении. 6. Этика телефонного разговора. 7. Этика различных видов речевого воздействия в деловых	2/0,05	
	<u>Самостоятельная работа:</u> подготовка к обсуждению вопросов по теме на семинаре и подготовка эссе и презентаций в Power Point	7,25/0,2	
Вид итогового контроля		Экзамен	
ВСЕГО		<i>108/3</i>	

По заочной форме обучения

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала (темы, перечень раскрываемых вопросов): лекции, практические занятия (семинары), индивидуальные занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа	Объем часов / з.е.	Формируемые компетенции (по теме)
1	2	3	4
1 семестр			
Раздел 1. Формы и виды деловых коммуникаций			

Тема 1.1. Концептуальные подходы к деловым коммуникациям	<u>Лекция:</u> Цели и задачи изучения курса. Понятие коммуникации в различных науках: социологии, лингвистике, психологии, менеджменте. Сравнительный анализ понятий «общение», «коммуникация» и «межличностные отношения». Коммуникация коммуникативной компетентности. Структура коммуникационного процесса. Три типа деловых навыков, необходимых в управлении. Навык человеческих отношений и деловое общение, как часть этого навыка. Что такое общение, его типы, каналы и средства. Общение как сложный процесс, составляющие этого процесса.	2/0,05	ОПК-7
	<u>Практические занятия (семинары):</u> не предусмотрено		
	<u>Самостоятельная работа:</u> изучение учебной и профессиональной литературы и Интернет-ресурсов	12/0,33	
Тема 1.2. Деловые коммуникации: виды и функции	<u>Лекция:</u> не предусмотрено		ОПК-7
	<u>Практическое занятие (семинар):</u> <u>Вопросы:</u> 1. Характеристика понятия «деловая коммуникация». 2. Функции деловой коммуникации. 3. Коммуникация как форма управления организацией. 4. Виды коммуникаций в организациях.	2/0,05	
	<u>Самостоятельная работа:</u> подготовка к обсуждению вопросов по теме на семинаре; изучение учебной и профессиональной литературы и Интернет-ресурсов	12/0,33	
Тема 1.3. Вербальные и невербальные средства деловой коммуникации	<u>Лекция:</u> не предусмотрено		ОПК-7
	<u>Практическое занятие (семинар):</u> не предусмотрено		
	<u>Самостоятельная работа:</u> изучение учебной и профессиональной литературы и Интернет-ресурсов по вопросам: 1. Речевые средства общения. 2. Факторы, обуславливающие речевое поведение и взаимопонимание: коммуникативная компетентность, социальные роли, коммуникативный контекст, коммуникативная установка, этнокультурные особенности. 3. Устная и письменная деловая речь. 4. Виды слушания. 5. Невербальные средства общения и их функции: дополнение речи, замещение речи, репрезентация эмоциональных состояний. 6. Сознательное и бессознательное в невербальном поведении. 7. Проблема интерпретации невербальной информации. 8. Паралингвистическая и экстралингвистическая системы знаков. 9. Организация пространственной среды в деловой коммуникации. 10. Визуальная составляющая в межличностном общении.	12/0,33	

Тема 1.4. Устные и письменные деловые коммуникации	<u>Лекция:</u> не предусмотрено		ОПК-7
	<u>Практическое занятие (семинар):</u> не предусмотрено		
	<u>Самостоятельная работа:</u> изучение учебной и профессиональной литературы и Интернет-ресурсов по вопросам: 1. Деловое общение как коммуникация. 2. Виды устных форм делового взаимодействия. 3. Деловая беседа как специально организованный предметный разговор. Классификация деловых бесед. 4. Технология кадровых бесед. Собеседование при приеме на работу. Беседа при увольнении с работы. Проблемные или дисциплинарные беседы. Технология телефонных бесед.	12/0,33	
Раздел 2. Деловые коммуникации в системе управления арт-бизнесом			
Тема 2.1. Управление коммуникацией в бизнес-организации	<u>Лекция:</u> Управление как целенаправленное регулирующее воздействие на объект. Цели управления коммуникацией. Понятие коммуникационного менеджмента. Критерии диагностики коммуникативной структуры организации. Коммуникационная составляющая связей с общественностью и рекламы. Уровни и формы межкультурной коммуникации.	2/0,05	ОПК-7
	<u>Практическое занятие (семинар):</u> не предусмотрено		
	<u>Самостоятельная работа:</u> изучение учебной и профессиональной литературы и Интернет-ресурсов	7,5/0,2	
Тема 2.2. Деловые переговоры	<u>Лекция:</u> Деловые переговоры. Переговорный процесс. Коммуникативные барьеры при проведении переговоров. Приемы повышения эффективности переговоров. Организационные особенности при подготовке деловых переговоров. Тактика ведения переговоров.	2 /0,05	ОПК-7
	<u>Практическое занятие (семинар):</u> не предусмотрено		
	<u>Самостоятельная работа:</u> изучение учебной и профессиональной литературы и Интернет-ресурсов по вопросам: 1. Деловые переговоры. 2. Переговорный процесс. Коммуникативные барьеры при проведении переговоров. 3. Приемы повышения эффективности переговоров. 4. Организационные особенности при подготовке деловых переговоров. 5. Тактика ведения переговоров.	7,5/0,2	
Тема 2.3. Деловая	<u>Лекция:</u> не предусмотрено		ОПК-7

дискуссия и конфликты в деловой коммуникации	<u>Практическое занятие (семинар):</u> <u>Вопросы:</u> 1. Деловая дискуссия. Определение понятий «спор», «дискуссия», «полемика». 2. Классификация видов спора. 3. Культура спора 4. Психологические приемы убеждения в споре 5. Конфликты и способы их предупреждения в деловом общении. 6. Способы управления и предупреждения конфликтов. 7. Оптимальные пути разрешения конфликтной ситуации. 8. Профилактика конфликтных ситуаций в деловых коммуникациях.	2/0,05	
	<u>Самостоятельная работа:</u> изучение учебной и профессиональной литературы и Интернет-ресурсов по вопросам:	7,5/0,2	
Тема 2.4. Этика и этикет в деловой коммуникации	<u>Лекция:</u> не предусмотрено		ОПК-7
	<u>Практическое занятие (семинар):</u> <u>Вопросы:</u> 1. Этические формы и модели деловой коммуникации. Понятие этики, морали, этикета в деловом общении. 2. Этикет деловых отношений. 3. Корпоративная этика. 4. Деловой этикет. Принципы деловой этики. 5. Понятие «протокола» в деловом общении. 6. Этика телефонного разговора. 7. Этика различных видов речевого воздействия в деловых	2/0,05	
	<u>Самостоятельная работа:</u> изучение учебной и профессиональной литературы и Интернет-ресурсов по вопросам:	7,5/0,2	
Вид итогового контроля		<i>Экзамен</i>	
ВСЕГО		<i>108/3</i>	

5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Проблемное обучение, исследовательские методы в обучении, технология проектной деятельности, мультимедийное сопровождение лекционного материала

Удельный вес занятий на очной форме, проводимых в интерактивных формах, составляет 32 % аудиторных занятий. Занятия лекционного типа для соответствующих групп студентов составляют 36,5 % аудиторных занятий, что соответствует требованиям проекта ФГОС ВО.

6. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

6.1. Контроль освоения дисциплины

Контроль освоения дисциплины производится в соответствии с Положением о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации студентов ФГБОУ ВО «Краснодарский государственный институт культуры». Программой дисциплины в целях проверки прочности усвоения материала предусматривается проведение различных форм контроля.

Текущий контроль успеваемости студентов по дисциплине производится в следующих формах:

- устный опрос
- подготовка презентацией в Power Point
- анализ разработанных студентами исследовательских инструментов
- аналитические задания и обсуждение результатов их выполнения

Промежуточный контроль по результатам семестра по дисциплине проходит в форме зачёта, экзамена.

6.2. Оценочные средства

6.2.1. Примеры тестовых заданий

Тестовое задание № 1

А. Деловое общение основывается на знаниях:

1. социологии;
2. психологии;
3. менеджмента;
4. логики;
5. всех выше перечисленных дисциплин. +

Б. К вербальным средствам общения относятся:

1. устная речь;
2. письменная речь
3. устная и письменная речь; +
4. интонации голоса;
5. грамотность.

В. Какие из перечисленных средств общения относятся к невербальным?

1. жесты;
2. позы;
3. мимика;
4. выражение лица;

5. все перечисленные.+

Г. *В процессе общения за восприятием сообщения партнером следует:...*

1. оценка сообщения;
2. интерпретация сообщения;
3. обратная связь;
4. выделение и понимание смысловой части;+
5. передача сообщения.

Д. *Ключевая фаза общения – это*

1. восприятие; +
2. выбор канала передачи сообщения;
3. прогноз имеющейся у собеседника картины мира и стремление в максимальной степени приблизить к ней наше сообщение;
4. выбор слов и грамматики;
5. обратная связь.

Тестовое задание № 2

А. *К ошибкам в процессе подготовки переговоров и бесед относится:*

1. не готовиться к переговорам вообще;+
2. полагаться на импровизацию;
3. поиск решения в процессе переговоров/беседы;
4. учет мельчайших деталей встречи;
5. все перечисленное.

Б. *Подготовка к переговорам включает следующие этапы:*

1. выявление области взаимных интересов;
2. установление рабочих отношений с партнером;
3. решение организационных вопросов (повестка дня, место и время встречи);
4. формулировка вариантов решения и предложений по обсуждаемым вопросам;
5. все перечисленное.+

В. *К правилам, позволяющим заинтересовать собой и заинтересоваться тем, с кем общаешься относится:*

1. выбор общеинтересной темы;
2. использование шуток и острот;
3. форма возражений, типа «Мне кажется, Вы ошибаетесь», «По-видимому, Вы неверно информированы»;
4. замена односложных ответов «да – нет» на обороты: «К сожалению, это невозможно»;

5. все перечисленное. +

Г. *Умение слушать состоит, по мнению специалистов в этой области, из следующих слагаемых:*

1. внимание;+
2. дружелюбие;+
3. активность;+
4. компетентность;
5. доброжелательность.

Д. *Какой из перечисленных признаков не относится к признакам конструктивной фазы конфликта?*

1. полный уход от предмета обсуждения; +
2. разногласия не принимают необратимого характера;
3. проявляется взаимная неудовлетворенность ходом общения;
4. проявляется взаимная неудовлетворенность друг другом;
5. оппоненты адекватно оценивают свое состояние и состояние партнера.

3.2.2. Контрольные вопросы для проведения текущего контроля

1. Ведение делового совещания.
2. Взаимодействие организации с государственными, региональными и муниципальными органами.
3. Влияние на партнеров по бизнесу.
4. Восприятие и понимание в процессе общения.
5. Деловая беседа как основная форма делового общения.
6. Деловая этика: задача и специфика.
7. Деловое общение: виды, структура, функции.
8. Деловое совещание как форма делового общения.
9. Деловые коммуникации: понятие, виды и формы.
10. Деловые переговоры как разновидность общения
11. Деловые переговоры: подготовка, ведение, анализ результатов переговоров.
12. Зоны и дистанции деловой коммуникации.
13. Использование манипулятивных техник в деловом общении.
14. Коммуникативные навыки, используемые в деловой беседе: навык активного слушания; навык составления вопросов и их постановки перед собеседником.
15. Коммуникативные типы деловых партнеров.
16. Конфликты в служебных отношениях.
17. Межкультурное общение.
18. Национальные стили ведения деловых переговоров.
19. Национальный характер речевого этикета в деловом общении.
20. Общение как взаимодействие.
21. Общение как коммуникация.

22. Общие этические принципы и характер делового общения.
23. Особенности публичного выступления.
24. Правила поведения в конфликте.
25. Психологические особенности управленческой деятельности.
26. Структура организации и стандарты поведения.
27. Тактические приемы ведения переговоров.
28. Требования к ведению телефонных переговоров.
29. Этикет и культура поведения делового человека.
30. Этикет работы в компьютерных сетях.

6.2.3. Тематика эссе, рефератов, презентаций

6.2.3.1. Тематика эссе

1. Социальная перцепция: наблюдательность и ее развитие.
2. Механизмы социальной перцепции.
3. Слагаемые успеха в деловой беседе по телефону.
4. Переговорный процесс: как противостоять манипуляции?
5. Эффективная самопрезентация: слагаемые успеха.
6. Барьеры общения: распознавание и преодоление.
7. Деловая переписка: типичные ошибки.

6.2.3.2. Тематика рефератов

1. Деловая коммуникация как средство повышения социального статуса.
2. Вербальные и невербальные средства общения.
3. Коммуникативные процессы в структуре профессиональной деятельности.
4. Слагаемые эффективности речи делового человека.
5. Коммуникативные барьеры: семантический барьер, логический барьер, фонетический барьер.
6. Деловая беседа по телефону: особенности, правила ведения.
12. Переговорный процесс как форма делового общения.
7. Пресс-конференция, ее подготовка и проведение.
8. Презентация, ее смысл и назначение, особенности подготовки и проведения.
9. Виды деловых писем; структура и оформление делового письма, языковые клише.
10. Деловая переписка по Интернету.
11. Документирование управленческой деятельности.

6.2.3.3. Тематика презентаций

1. Барьеры общения: распознавание и преодоление.
2. Вербальные и невербальные средства общения.
3. Виды деловых писем; структура и оформление делового письма, языковые клише.
4. Деловая беседа по телефону: особенности, правила ведения.
5. Переговорный процесс как форма делового общения.

6. Деловая коммуникация как средство повышения социального статуса.
7. Деловая переписка по Интернету.
8. Деловая переписка: типичные ошибки.
9. Документирование управленческой деятельности.
10. Коммуникативные барьеры: семантический барьер, логический барьер, фонетический барьер.
11. Коммуникативные процессы в структуре профессиональной деятельности.
12. Механизмы социальной перцепции.
13. Переговорный процесс: как противостоять манипуляции?
14. Презентация, ее смысл и назначение, особенности подготовки и проведения.
15. Пресс-конференция, ее подготовка и проведение.
16. Слагаемые успеха в деловой беседе по телефону.
17. Слагаемые эффективности речи делового человека.
18. Социальная перцепция: наблюдательность и ее развитие.
19. Эффективная самопрезентация: слагаемые успеха.

6.3.1. Вопросы к экзамену по дисциплине (1 семестр)

1. Понятие деловое общение и деловые коммуникации.
2. Структура общения.
3. Интерактивная сторона общения.
4. Коммуникативная сторона общения.
5. Виды барьеров в коммуникации.
6. Причины плохих коммуникаций.
7. Стереотипы и установки в деловых коммуникациях.
8. Персептивная сторона общения.
9. Понятие конфликта. Виды конфликтов.
10. Причины возникновения конфликтов в деловых коммуникациях.
11. Вербальная коммуникация. Виды речи.
12. Невербальная коммуникация. Функции и средства невербальной коммуникации.
13. Суггестия, конформизм и неконформизм в деловых коммуникациях.
14. Защитные механизмы в деловых коммуникациях.
15. Деловая беседа как основная форма делового общения.
16. Техники и методы аргументации.
17. Деловые переговоры.
18. Стадии переговорного процесса.
19. Переговоры с позиции силы и с позиции слабости.
20. Метод принципиальных переговоров.
21. Деловые совещания и собрания.
22. Особенности публичного выступления.
23. Индивидуальные особенности коммуникативного поведения.
24. Этические принципы деловых коммуникаций.
25. Психологические приемы влияния на партнера.
26. Психологические аспекты имиджа делового человека.

27. Стратегии поведения в конфликтных ситуациях.
28. Типы конфликтных личностей.
29. Профессиональные стрессы: причины, виды.
30. Документационное обеспечение управленческой деятельности.
31. Деловая переписка, правила оформления, виды.
32. Стадии развития конфликтной ситуации.
33. Модель конфликтного процесса и его последствия.
34. Общие правила оформления документов.

6.5. Примерная тематика курсовых работ – курсовые работы не предусмотрены

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

7.1. Основная литература

1. Емельянова, Е.А. Деловые коммуникации : учебное пособие / Е.А. Емельянова ; Томский Государственный университет систем управления и радиоэлектроники (ТУСУР). – Томск : Эль Контент, 2014. – 122 с. : табл., ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=480463> (дата обращения: 17.12.2020). – Библиогр.: с. 100-103. – ISBN 978-5-4332-0185-9. – Текст : электронный. 16.06.2022
2. Жернакова, М. Б. Деловые коммуникации: теория и практика : учебник для бакалавров / М. Б. Жернакова, И. А. Румянцева ; [гриф УМО]. - Москва : Юрайт, 2014. - 370 с. - (Бакалавр. Базовый курс).
3. Ильченко, С.В. Деловые и научные коммуникации : учебное пособие : [12+] / С.В. Ильченко, Е.Я. Кивит, А.Б. Оришев ; Институт бизнеса и дизайна. – Москва : ООО “Сам Полиграфист”, 2014. – 146 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=488283> (дата обращения: 17.12.2020). – Библиогр. в кн. – Текст : электронный. 15.05.2021
4. Ломова, О.С. Деловое общение специалиста по рекламе : учебное пособие / О.С. Ломова ; ред. Л.М. Дмитриева. – Москва : Юнити, 2015. – 237 с. : табл. – (Азбука рекламы). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114801> (дата обращения: 17.12.2020). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-238-01309-1. – Текст : электронный. 25.10.2021
5. Шутая, Н.К. Теория и практика делового общения : учебное пособие / Н.К. Шутая, О.О. Румянцева ; Российский государственный университет правосудия. – Москва : Российский государственный университет правосудия (РГУП), 2018. – 120 с. : табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=561031> (дата обращения: 17.12.2020). – Библиогр.: с. 113-116. – ISBN 978-5-93916-695-9. – Текст : электронный.

7.2. Дополнительная литература

1. Аветисов, А. Эра интегрированных коммуникаций / А. Аветисов. - М.: ИСА Publishing, 2011. - 229 с.
2. Гордукалова, Г.Ф. Технологии анализа и синтеза профессиональной информации: учеб.-практ. пособие / Г. Ф. Гордукалова. - СПб.: Профессия, 2015. - 543 с.
3. Карепина, А.В. Искусство делового письма. Законы, хитрости,
4. инструменты / А. В. Карепина. - 4-е изд. - М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013. - 248 с.
5. Киселёв, А.Г. Теория и практика массовой информации: подготовка и создание медиатекста: [гриф УМО] / А. Г. Киселёв. - СПб. : Питер, 2011.
6. Кузнецов, И.Н. Деловое общение: учеб. пособие для бакалавров / И. Н. Кузнецов. - Ростов н/Д : Феникс, 2014. - 335 с.
7. Матвеева, А.С. Служебное деловое письмо: теория, история, трансформация в условиях информатизации общества: автореф. дис... канд. пед. наук : 05.25.02 : защищена 14 ноября 2012 г. / А. С. Матвеева ; Матвеева Анастасия Сергеевна. - Краснодар : б.и., 2012. - 22 с.

7.3. Периодические издания

1. Вопросы филологии;
 2. Современная коммуникативистика //
- URL:<http://www.naukaru.ru/journal/view/Sovremennaya-kommunikativistika>

7.4. Интернет-ресурсы

1. Электронная библиотечная система «IPRbooks» // URL: <http://www.iprbookshop.ru/>
2. Библиотека Genesis // URL:<http://www.gen.lib.rus.ec/>
3. Научная электронная библиотека // URL: <http://www.elibrary.ru/>
4. Национальная электронная библиотека // URL: <http://www.nns.ru/>
5. Электронные книги по деловому общению и этикету // URL: <http://www.aup.ru/books/i015.htm>
6. Гуманитарные дисциплины. Деловое общение // URL: <http://www.twirpx.com/files/humanitarian/ido>
- 7 Образовательный ресурсный центр «Этика». – Режим доступа URL: <http://iph.ras.ru/page27756321.htm>

7.5. Методические указания и материалы по видам занятий

В учебном процессе выделяют два вида самостоятельной работы:

- аудиторная;
- внеаудиторная.

Аудиторная самостоятельная работа по дисциплине выполняется на учебных занятиях под непосредственным руководством преподавателя и по его заданию.

Внеаудиторная самостоятельная работа выполняется студентом по заданию преподавателя, но без его непосредственного участия.

Видами заданий для внеаудиторной самостоятельной работы являются:

- для овладения знаниями: чтение текста (учебника, первоисточника, дополнительной литературы), составление плана текста, графическое изображение структуры текста, конспектирование текста, выписки из текста, работа со словарями и справочниками, ознакомление с нормативными документами, учебно-исследовательская работа, использование аудио- и видеозаписей, компьютерной техники и Интернета и др.

- для закрепления и систематизации знаний: работа с конспектом лекции, обработка текста, повторная работа над учебным материалом (учебника, первоисточника, дополнительной литературы, аудио и видеозаписей, составление плана, составление таблиц для систематизации учебного материала, ответ на контрольные вопросы, заполнение рабочей тетради, аналитическая обработка текста (аннотирование, рецензирование, реферирование, конспект-анализ и др), подготовка мультимедиа сообщений/докладов к выступлению на семинаре (конференции), подготовка реферата, составление библиографии, тематических кроссвордов, тестирование и др.

- для формирования умений: решение задач и упражнений по образцу, решение вариативных задач, выполнение чертежей, схем, выполнение расчетов (графических работ), решение ситуационных (профессиональных) задач, подготовка к деловым играм, проектирование и моделирование разных видов и компонентов профессиональной деятельности, опытно экспериментальная работа, рефлексивный анализ профессиональных умений с использованием аудио- и видеотехники и др.

Самостоятельная работа может осуществляться индивидуально или группами студентов в зависимости от цели, объема, конкретной тематики самостоятельной работы, уровня сложности, уровня умений студентов.

Контроль результатов внеаудиторной самостоятельной работы студентов может осуществляться в пределах времени, отведенного на обязательные учебные занятия по дисциплине и внеаудиторную самостоятельную работу студентов по дисциплине, может проходить в письменной, устной или смешанной форме.

Виды внеаудиторной СРС: подготовка и написание рефератов, эссе, создание презентаций и других письменных работ на заданные темы, выполнение домашних заданий разнообразного характера. Это - решение задач; перевод и пересказ текстов; подбор и изучение литературных источников; разработка и составление различных схем; выполнение графических работ; проведение расчетов и др.; выполнение индивидуальных заданий, направленных на развитие у студентов самостоятельности и инициативы. Индивидуальное задание может получать как каждый студент, так и часть студентов группы; подготовка к участию в научно-теоретических конференциях, смотрах, олимпиадах и др.

Аудиторная самостоятельная работа может реализовываться при проведении практических занятий, семинаров, выполнении лабораторного практикума и во время чтения лекций. Результативность самостоятельной работы студентов во многом определяется наличием активных методов ее контроля. Существуют следующие виды контроля:

- входной контроль знаний и умений студентов при начале изучения очередной дисциплины;

- текущий контроль, то есть регулярное отслеживание уровня усвоения материала на лекциях, практических и лабораторных занятиях;
- промежуточный контроль по окончании изучения раздела или модуля курса;
- самоконтроль, осуществляемый студентом в процессе изучения дисциплины при подготовке к контрольным мероприятиям;
- итоговый контроль по дисциплине в виде зачета или экзамена;
- контроль остаточных знаний и умений спустя определенное время после завершения изучения дисциплины.

Методические указания к выполнению реферативной работы

Реферат - краткое письменное изложение материала по определенной теме, выполняется с целью привития студентам навыков самостоятельного поиска и анализа информации, формирования умения подбора и изучения литературных источников, используя при этом дополнительную научную, методическую и периодическую литературу.

Реферат - это самостоятельная учебно-исследовательская работа учащегося, где автор раскрывает суть исследуемой проблемы, приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее. Содержание материала должно быть логичным, изложение материала носит проблемно-поисковый характер.

Этапы работы над рефератом:

1. Формулирование темы. Тема должна быть не только актуальной по своему значению, но оригинальной, интересной по содержанию.

Тема реферата выбирается по желанию студента из списка, предлагаемого преподавателем. Выбранная тема согласовывается с преподавателем. После выбора темы требуется подобрать, изучить необходимую для ее разработки информацию. Тема может быть сформулирована студентом самостоятельно.

2. Подбор и изучение основных источников по теме (как правило, не менее 8-10).

3. Составление библиографии.

4. Обработка и систематизация информации.

5. Разработка плана реферата.

6. Написание реферата.

7. Публичное выступление с результатами исследования на семинарском занятии, заседании предметного кружка, студенческой научно-практической конференции.)

Содержание работы должно отражать знание современного состояния проблемы, обоснование выбранной темы, использование известных результатов и фактов, полноту цитируемой литературы, ссылки на работы ученых, занимающихся данной проблемой; актуальность поставленной проблемы; материал, подтверждающий научное, либо практическое значение в настоящее время.

План реферата должен включать в себя: введение, основной текст и заключение. Во введении аргументируется актуальность выбранной темы, указываются цели и задачи исследования. В нем же можно отразить методику исследования и структуру работы. Основная часть работы предполагает освещение материала в соответствии с планом. Основной текст желательно разбивать на главы и параграфы. В заключении излагаются основные выводы и рекомендации по теме исследования.

Критерии оценки реферата:

- знание и понимание проблемы;
- умение систематизировать и анализировать материал, четко и обоснованно формулировать выводы;
- «трудозатратность» (объем изученной литературы, добросовестное отношение к анализу проблемы);
- самостоятельность, способность к определению собственной позиции по проблеме и к практической адаптации материала, недопустимость прямого плагиата;
- выполнение необходимых формальностей (точность в цитировании и указании источника текстового фрагмента, аккуратность оформления).

Рекомендации к подготовке мультимедиа-презентаций и докладов

1. Доклад - это сообщение по заданной теме, с целью внести знания из дополнительной литературы, систематизировать материал, проиллюстрировать примерами, развивать навыки самостоятельной работы с научной литературой, познавательный интерес к научному познанию.
2. Тема доклада должна быть согласована с преподавателем и соответствовать теме занятия.
3. Материалы при его подготовке должны соответствовать научно-методическим требованиям ВУЗа и быть указаны в докладе.
4. Необходимо соблюдать регламент, оговоренный при получении задания.
5. Иллюстрации должны быть достаточными, но не чрезмерными.
6. Работа студента над докладом-презентацией включает отработку навыков ораторства и умения организовать и проводить обсуждение.
7. Студент в ходе работы по презентации доклада отрабатывает умение ориентироваться в материале и отвечать на дополнительные вопросы слушателей.
8. Студент в ходе работы по презентации доклада отрабатывает умение самостоятельно обобщить материал и сделать выводы в заключении.
9. Студент обязан подготовить и выступить с докладом в строго отведенное время преподавателем и в установленный срок.
1. Докладчики и содокладчики - основные действующие лица. Они во многом определяют содержание, стиль, активность данного занятия. В докладе необходимо: сообщать новую информацию, использовать технические средства, знать и хорошо ориентироваться в теме всей презентации (семинара), уметь дискутировать и быстро отвечать на вопросы, четко

выполнять установленный регламент, иметь представление о композиционной структуре доклада.

2. Выступление состоит из трех частей: вступление, основная часть и заключение. Вступление помогает обеспечить успех выступления по любой тематике. Вступление должно содержать: название презентации (доклада), сообщение основной идеи, современную оценку предмета изложения, краткое перечисление рассматриваемых вопросов, акцентирование оригинальности подхода
3. Основная часть, в которой выступающий должен глубоко раскрыть суть затронутой темы, обычно строится по принципу отчета. Задача основной части - представить достаточно данных для того, чтобы слушатели и заинтересовались темой и захотели ознакомиться с материалами. При этом логическая структура теоретического блока не должны даваться без наглядных пособий, аудиовизуальных и визуальных материалов. Заключение - это ясное четкое обобщение и краткие выводы.

Методические указания для подготовки к семинарским занятиям

Семинарские занятия проводятся в форме дискуссии, на которых проходит обсуждение конкретных экономических ситуаций. Обсуждения направлены на освоение научных основ, эффективных методов и приемов решения конкретных практических задач, на развитие способностей к творческому использованию получаемых знаний и навыков. Основная цель проведения семинара заключается в закреплении знаний полученных в ходе прослушивания лекционного материала. Семинар проводится в форме устного опроса студентов по вопросам семинарских занятий, а также в виде решения практических задач или моделирования практической ситуации.

В ходе подготовки к семинару студенту следует просмотреть материалы лекции, а затем начать изучение учебной литературы. Следует знать, что освещение того или иного вопроса в литературе часто является личным мнением автора, построенного на анализе различных источников, поэтому следует не ограничиваться одним учебником или монографией, а рассмотреть как можно больше материала по интересующей теме.

Обязательным условием подготовки к семинару является изучение нормативной базы. Для этого следует обратиться к любой правовой системе сети Интернет. В данном вопросе не следует полагаться на книги, так как законодательство претерпевает постоянные изменения и в учебниках и учебных пособиях могут находиться устаревшие данные.

В ходе самостоятельной работы студенту для необходимы отслеживать научные статьи в специализированных изданиях, а также изучать статистические материалы, соответствующей каждой теме.

Студенту рекомендуется следующая схема подготовки к семинарскому занятию:

1. Проработать конспект лекций;
2. Прочитать основную и дополнительную литературу, рекомендованную по изучаемому разделу;

3. Ответить на вопросы плана семинарского занятия;
4. Выполнить домашнее задание;
5. Проработать тестовые задания и задачи;
6. При затруднениях сформулировать вопросы к преподавателю.

При подготовке к семинарским занятиям следует руководствоваться указаниями и рекомендациями преподавателя, использовать основную литературу из представленного им списка. Для наиболее глубокого освоения дисциплины рекомендуется изучать литературу, обозначенную как «дополнительная» в представленном списке.

При подготовке доклада на семинарское занятие желательно заранее обсудить с преподавателем перечень используемой литературы, за день до семинарского занятия предупредить о необходимых для предоставления материала технических средствах, напечатанный текст доклада предоставить преподавателю.

Методические указания к анализу кейсов – практических ситуаций

Кейс (в переводе с англ. - случай) представляет собой проблемную ситуацию, предлагаемую студентам в качестве задачи для анализа и поиска решения.

Обычно кейс содержит схематическое словесное описание ситуации, статистические данные, а также мнения и суждения о ситуациях, которые трудно предсказать или измерить. Кейс, охватывает такие виды речевой деятельности как чтение, говорение и письмо.

Кейсы наглядно демонстрируют, как на практике применяется теоретический материал. Данный материал необходим для обсуждения предлагаемых тем, направленных на развитие навыков общения и повышения профессиональной компетенции.

Зачастую в кейсах нет ясного решения проблемы и достаточного количества информации.

Типы кейсов:

- *Структурированный (highly structured) кейс*, в котором дается минимальное количество дополнительной информации.
- *Маленькие наброски (short vignettes)* содержащие, как правило, 1-10 страниц текста.
- *Большие неструктурированные кейсы (long unstructured cases)* объемом до 50 страниц.

Способы организации разбора кейса:

- ведет преподаватель;
- ведет студент;
- группы студентов представляют свои варианты решения;
- письменная домашняя работа.

Для успешного анализа кейсов следует придерживаться ряда принципов: используйте знания, полученные в процессе лекционного курса, внимательно

читайте кейс для ознакомления с имеющейся информацией, не торопитесь с выводами, не смешивайте предположения с фактами.

Анализ кейса должен осуществляться в определенной последовательности:

1. Выделение проблемы.
2. Поиск фактов по данной проблеме.
3. Рассмотрение альтернативных решений.
4. Выбор обоснованного решения.

При проведении письменного анализа кейса помните, что основное требование, предъявляемое к нему, – краткость.

7.6 Программное обеспечение

Преподавание дисциплин обеспечивается следующими программными продуктами: операционные системы – Windows 7; пакет прикладных программ MSOffice 2007;

8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Преподавание дисциплины в вузе обеспечено наличием аудиторий (в том числе оборудованных проекционной техникой) для всех видов занятий.

Действуют компьютерные классы с лицензионным программным обеспечением. Имеются рабочие места с выходом в Интернет для самостоятельной работы.

Все компьютерные классы подключены к локальной сети вуза и имеют выход в интернет, в наличии стационарное мультимедийное оборудование (проектор+ экран) в аудиториях 276,282,116,239, возможно проведение занятий на базе музея вуза (тачпанель, экран, проектор).

Обучающиеся пользуются

- вузовской библиотекой с электронным читальным залом;
- учебниками и учебными пособиями;
- аудио и видео материалами.

Все помещения соответствуют требованиям санитарного и противопожарного надзора.

**Дополнения и изменения
к рабочей программе учебной дисциплины**

на 20__-20__ уч. год

В рабочую программу учебной дисциплины вносятся следующие изменения:

- _____;
- _____;
- _____;
- _____;
- _____;
- _____.

Дополнения и изменения к рабочей программе рассмотрены и рекомендованы на заседании кафедры _____

(наименование)
Протокол № ____ от « ____ » _____ 20__ г.

Исполнитель(и):

	/	/	/
(должность)	(подпись)	(Ф.И.О.)	(дата)
	/	/	/
(должность)	(подпись)	(Ф.И.О.)	(дата)

Заведующий кафедрой

	/	/	/
(наименование кафедры)	(подпись)	(Ф.И.О.)	(дата)