

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Оренбургский государственный университет»

Кафедра управления персоналом, сервиса и туризма

Р. М. Прытков

ВЫПОЛНЕНИЕ КОНТРОЛЬНОЙ РАБОТЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ «ДЕЛОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ В СЕРВИСЕ»

Методические указания

Рекомендовано к изданию редакционно-издательским советом федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Оренбургский государственный университет» для обучающихся по образовательной программе высшего образования по направлению подготовки 43.03.01 Сервис

Оренбург
2019

УДК 316.77 : 005.57(076.5)

ББК 60.84я7+88.53я7

П 85

Рецензент – доцент, кандидат педагогических наук О.В. Бурдюгова

Прытков, Р.М.

П 85

Выполнение контрольной работы по дисциплине «Деловые коммуникации в сервисе» : методические указания / Р.М. Прытков; Оренбургский гос. ун-т. - Оренбург: ОГУ, 2019. - 30 с.

Методические указания содержат задания, общие требования к содержанию, структуре, изложению и оформлению контрольной работы по дисциплине «Деловые коммуникации в сервисе».

Методические указания по подготовке контрольной работы по дисциплине «Деловые коммуникации в сервисе» предназначены для обучающихся направления подготовки 43.03.01 Сервис заочной формы обучения.

УДК 316.77 : 005.57(076.5)

ББК 60.84я7+88.53я7

© Прытков Р. М., 2019

© ОГУ, 2019

Содержание

Введение	4
1 Общие положения по выполнению контрольной работы.....	6
2 Порядок представления к защите и защита контрольной работы.....	6
3 Общие требования к содержанию и оформлению контрольной работы	7
4 Задания для выполнения контрольной работы.....	13
5 Литература, рекомендуемая для выполнения контрольной работы	24
5.1 Основная литература.....	24
5.2 Дополнительная литература	24
5.3 Периодическая литература	26
5.4 Интернет-ресурсы	27
Приложение А Примеры таблиц и рисунков для теоретической части контрольной работы.....	29

Введение

Дисциплина «Деловые коммуникации в сервисе» направлена на развитие коммуникативной компетентности профессионалов любого уровня и направления деятельности и является одной из дисциплин для специалистов, работающих в парадигме «человек - человек». Как известно, наличие высокого уровня культуры деловой коммуникации способствует установлению и развитию эффективных деловых связей и доверительного партнерства между людьми. Управление процессами делового взаимодействия и выстраивание эффективных рабочих контактов внутри компании - это один из очень важных инструментов развития и процветания бизнеса.

Дисциплина «Деловые коммуникации в сервисе» относится к дисциплинам вариативной части учебного плана, изучается обучающимися по направлению подготовки бакалавриата 43.03.01 Сервис заочной формы обучения.

Основная цель дисциплины состоит в обеспечении овладения обучающимися деловыми коммуникативными знаниями и навыками, необходимыми для дальнейшей успешной профессиональной деятельности.

Для изучения дисциплины «Деловые коммуникации в сервисе» огромное значение имеют не только лекционные и практические занятия, но и углубленная самостоятельная работа обучающегося с научной литературой, а также приобретение знаний и опыта, которые помогают реализовать необходимые компетенции, а именно: готовностью к организации контактной зоны предприятия сервиса.

Одним из этапов изучения дисциплины «Деловые коммуникации в сервисе» является выполнение обучающимися контрольной работы. Выполнение контрольной работы позволяет расширить знания обучающихся, а также усилить понимание ими существа изучаемых проблем, формировать убеждение в необходимости постоянного творческого, исследовательского развития.

В процессе выполнения контрольной работы обучающиеся приобретают необходимые навыки: умение отбирать и критически оценивать нужный материал, пользоваться специальной литературой в сфере деловых коммуникаций, анализировать имеющиеся данные, сопоставлять факты, делать теоретические и практические выводы.

В данных методических указаниях представлены рекомендации к содержанию и оформлению контрольных работ по дисциплине «Деловые коммуникации в сервисе», порядок их выполнения, задания и список рекомендуемой литературы.

После самостоятельного изучения всех тем курса обучающиеся должны подготовить и в установленные сроки предоставить на кафедру контрольную работу в соответствии с заданием и методическими указаниями по ее выполнению, приведенными далее. После защиты контрольной работы обучающиеся допускаются к экзамену, которым завершается изучение данного курса.

При выполнении контрольной работы обучающиеся должны показать глубокие знания экономической и управленческой литературы, действующих законодательных актов, умение подбирать, изучать и обобщать материалы из различных источников информации, владение методологией деловых коммуникаций и её применения при анализе конкретных практических ситуаций.

1 Общие положения по выполнению контрольной работы

Контрольная работа должна носить творческий характер и содержать теоретические и практические аспекты деловых коммуникаций в сфере сервиса.

Особое внимание при написании контрольной работы необходимо уделить изучению публикаций в периодических изданиях за последние пять лет. После подбора и тщательного изучения подобранных литературных источников и практического материала начинается процесс написания контрольной работы.

Качественно выполненная контрольная работа характеризуется раскрытием сущности изучаемой проблемы и изложением собственной позиции по дискуссионным вопросам.

Простое переписывание прочитанного материала, изложение дискуссионных вопросов без формирования собственной позиции, описание текущих инструкций, без аналитического осмысливания практического материала может послужить причиной низкой оценки выполненной контрольной работы, так как такая работа не отражает умение автора (обучающегося) самостоятельно и творчески использовать имеющийся материал и сочетать его с теоретическими знаниями, полученными при изучении дисциплины «Деловые коммуникации в сервисе».

2 Порядок представления к защите и защита контрольной работы

К защите контрольной работы допускаются обучающиеся, выполнившие все требования учебного плана и программы по дисциплине «Деловые коммуникации в сервисе».

Подготовленная контрольная работа подписывается обучающимся и представляется преподавателю на проверку в установленные сроки (за две недели до начала сессии) на кафедру. Проверка контрольных работ ведущим преподавателем осуществляется в течение десяти дней после их сдачи.

Если в результате проверки обнаружены ошибки, неполный объем или низкое качество оформления работы, она возвращается обучающимся для доработки или переделки. Замечания руководителя в письменном виде представляются обучающемуся. На титульном листе делается отметка «Доработать» или «Переделать».

При соответствии контрольной работы установленным требованиям руководитель ставит на титульном листе отметку «К защите».

3 Общие требования к содержанию и оформлению контрольной работы

Выполненная контрольная работа по дисциплине «Деловые коммуникации в сервисе» должна соответствовать следующим требованиям:

- работа должна быть выполнена и представлена на рецензирование в срок, установленный преподавателем;
- задачи следует решать в том порядке, в каком они определены во введении контрольной работы;
- контрольную работу следует оформить в соответствии со стандартом организации ([СТО 02069024.101 – 2015 «Работы студенческие. Общие требования и правила оформления»](#)).

Обучающиеся, не получившие зачет по контрольной работе, к экзамену не допускаются. Если выполнение контрольной работы вызывает затруднения, следует обратиться за устной или письменной консультацией на кафедру.

Контрольная работа состоит из следующих обязательных разделов: титульный лист, содержание, введение, основная часть, заключение, список использованных источников, приложения (если имеются).

Примеры оформления титульного листа контрольной работы и ее содержания приведены в [СТО 02069024.101 – 2015 «Работы студенческие. Общие требования и правила оформления»](#) (страница 78).

Введение - вступительная часть основного текста контрольной работы. Введение состоит из обязательных элементов, которые необходимо правильно сформулировать (таблица 1).

Таблица 1 - Структура введения контрольной работы

Элемент введения	Комментарий к формулировке
Актуальность темы	Раскрыть суть исследуемой проблемы, показать ее актуальность и степень проработанности в трудах экономистов. Желательно при демонстрации актуальности привести ряд статистических или фактических данных, характеризующих важность проблемы. Недопустимо при формулировке актуальности использовать общеизвестные и банальные вещи (например, общепринятых определений). Ссылки на список литературы во введении обычно не приводят. В целом актуальность прописывается в рамках 1-2 абзацев, занимая не более половины страницы.
Цель работы	Должна заключаться в решении исследуемой проблемы путем ее анализа. Цель отвечает на вопрос: «что должно быть достигнуто в ходе выполнения работы?» (например, «рассмотрение теоретических аспектов по...»).
Задачи работы	Определяются исходя и в развитие цели работы. Задачи должны быть ответом на вопрос: «Как будет достигнута цель исследования?» Задачи контрольной работы, как правило, формулируются по содержанию разделов.
Информационная база исследования	Перечислить источники информации, используемые для данного исследования.
Методы исследования	Перечислить методы исследования, используемые в работе.

Введение по объему должно составлять 1-1,5 страницы.

Далее рассмотрена структура и содержание основной части контрольной работы.

Текст основной части контрольной работы состоит из двух разделов, охватывающих теоретические и практические вопросы.

В основной части контрольной работы должны присутствовать иллюстрации (таблицы, схемы, графики и т.п.) с соответствующими ссылками и комментариями, которые придают тексту ясность и конкретность (Приложение А).

Также рекомендуется по итогам каждой главы (раздела) в конце приводить основные выводы (или результаты), полученные в данном разделе, наиболее важные с точки зрения поставленной цели и задач контрольной работы. Главный критерий при определении качества главы (раздела) – это полнота и качество выполнения поставленных и решаемых в данном разделе задач.

Необходимо придерживаться следующей структуры основной части контрольной работы: обучающийся раскрывает общетеоретические проблемы темы, излагает понятийный аппарат, критически осмысливает взгляды управленцев, экономистов, социологов, психологов и других специалистов на исследуемую проблему. Основная часть контрольной работы должна включать принципы, правила, цели, задачи, функции, структуру, методы или способы, стратегии, относящиеся к выделенной проблеме или экономическому явлению.

Во втором разделе контрольной работы следует разобрать и решить определенные практические ситуации, которые необходимы для закрепления практических навыков и умений обучающихся по данной дисциплине.

Структурные единицы основной части (разделы, подразделы, пункты) должны иметь порядковую нумерацию в пределах всего текста, за исключением введения, содержания, заключения и приложений. Заголовки должны четко и кратко отражать содержание структурной единицы основного текста.

Заголовки следует печатать с абзацного отступа без точки в конце, не подчеркивая. Если заголовок состоит из двух предложений, их разделяют точкой. Переносы слов в заголовках не допускаются.

Например, тема контрольной работы «Особенности деловых коммуникаций на выставках и ярмарках»:

1 Теоретические основы деловых коммуникаций на выставках и ярмарках

1.1 Понятие и сущность выставок и ярмарок

1.2 Цели и задачи коммуникаций при проведении выставок и ярмарок

1.3 Виды коммуникаций на выставках и ярмарках

Заключение - завершающая часть основного текста контрольной работы. В заключении приводятся основные результаты проведенных обучающимися работ по теоретическому и практическому изучению вопросов контрольной работы. Заключение не включается в общую нумерацию структурных единиц текста, его размещают на отдельной странице, располагая слово «Заключение» посередине поля страницы с первой прописной буквы. Заключение должно быть представлено на 1-1,5 страницах.

Список использованных источников приводится в конце документа. Он должен содержать сведения о научной, учебной, информационной, нормативно-технической, справочной, периодической литературе, использованной при написании контрольной работы, в соответствии с требованиями [СТО 02069024.101 – 2015 «Работы студенческие. Общие требования и правила оформления»](http://osu.ru/doc/385), размещенного на сайте ОГУ <http://osu.ru/doc/385>.

Список использованных источников должен включать 10-15 источников, включая литературу за последние 5 лет.

Приложениями могут быть, например, графический материал, таблицы большого формата. Каждое приложение следует начинать с новой страницы с указанием вверху посередине страницы слова «Приложение» и его

обозначения, а под ним в скобках для обязательного приложения пишут слово «обязательное», а для информационного «рекомендуемое» или «справочное». Приложение должно иметь заголовок, который записывают симметрично относительно текста с прописной буквы отдельной строкой.

Приложения располагают в порядке ссылок на них в тексте. Приложения обозначают прописными буквами русского алфавита, начиная с А (за исключением букв Ё, З, Й, О, Ч, Ъ, Ы, Ь), которые приводят после слова «Приложение».

Текст контрольной работы должен быть кратким, точным, не допускающим различных толкований, логически последовательным. В тексте должны применяться научно-экономические термины, обозначения и определения, установленные соответствующими стандартами или общепринятые в научно-экономической литературе.

В работе не допускается применять обороты разговорной речи.

За содержание работы, достоверность приведенных данных, несёт ответственность ее автор (обучающийся).

Страницы должны быть пронумерованы. Общая нумерация страниц работы начинается с титульного листа, однако номер на нем не ставится. Примерный объем работы – 15 - 20 страниц печатного текста формата А4.

Содержание работы оценивается по следующим основным критериям: грамотность, логика в изложении, критический анализ предлагаемого материала, наличие выводов, соответствие языкового оформления текста научному стилю изложения, самостоятельность в подборе и использовании дополнительных источников. Не допускается прямая переписка текстов из источников без цитирования и соответствующих ссылок.

Сроки представления контрольной работы устанавливаются в соответствии с учебным планом.

В случае если контрольная работа не будет зачтена, её необходимо доработать, учитывая все замечания ведущего преподавателя (руководителя). Исправления следует выполнять на отдельных листах как приложение к

контрольной работе. Не исключается возможность, в случае необходимости, повторного выполнения всей контрольной работы. Новый вариант выполненной контрольной работы представляется на проверку преподавателю вместе с первоначальным вариантом.

Контрольная работа оценивается «зачтено»/«не зачтено» (таблица 2) в соответствии с критериями оценки контрольных работ. Оценка «зачтено»/«не зачтено» выставляется на титульном листе работы.

На работу могут быть даны замечания, в которых следует дать рекомендации по устранению допущенных в контрольной работе ошибок.

Если контрольная работа получила оценку «не зачтено», то в замечаниях следует указать причины такой оценки.

Таблица 2 – Критерии оценки контрольной работы по дисциплине «Деловые коммуникации»

Оценка	Критерии
зачтено	выставляется в случае если обучающийся показывает хорошие знания изученного материала по предложенным вопросам; хорошо владеет основными терминами и понятиями; самостоятельно, логично и последовательно излагает и интерпретирует материалы контрольной работы; полностью раскрывает смысл предлагаемых вопросов и заданий; показывает умение формулировать выводы и обобщения по теме заданий; умеет тесно увязывать теорию с практикой, правильно обосновывает принятое решение; соблюдает правила оформления контрольной работы
не зачтено	выставляется обучающемуся при наличии серьезных упущений в процессе изложения материала; неудовлетворительном знании базовых терминов и понятий; отсутствии логики и последовательности в изложении ответов на предложенные вопросы; если не выполнены один или несколько структурных элементов (практических заданий) контрольной работы; не соблюдает правила оформления контрольной работы

Контрольная работа не может быть зачтена при наличии в ней хотя бы одного из нижеперечисленных недостатков:

- контрольная работа выполнена не по вариантам, представленным в таблице 3;
- контрольная работа не соответствует требованиям данных методических указаний.

4 Задания для выполнения контрольной работы

Тематика контрольных работ составлена таким образом, что охватывает главные аспекты изучаемой дисциплины «Деловые коммуникации в сервисе». Выбор номера темы теоретической части контрольной работы осуществляется по номеру зачетной книжки и первой буквы фамилии обучающегося в соответствии с таблицей 3. Обучающийся может выбрать тему теоретической части контрольной работы, не вошедшую в примерную тематику контрольных работ при согласовании с преподавателем.

Задание 1 выполняется обучающимися по варианту, который представлен ниже в таблице.

Таблица 3 – Выбор варианта примерных тем теоретической части контрольной работы по дисциплине «Деловые коммуникации в сервисе»

Первая буква фамилии обучающегося	Последняя цифра шифра зачетной книжки обучающегося									
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9
А - Й	10	1	2	3	4	5	6	7	8	9
К - Т	20	11	12	13	14	15	16	17	18	19
У - Я	30	21	22	23	24	25	26	27	28	29

Примерные варианты теоретической части контрольных работ по дисциплине «Деловые коммуникации в сервисе»:

Вариант 1

1 Теории и модели коммуникаций.

Вариант 2

1 Стили общения в деловых коммуникациях: проблема выбора стиля.

Вариант 3

1 Значение, способы и правила осуществления обратной связи в деловых коммуникациях.

Вариант 4

1 Использование невербальных средств в рамках деловых коммуникаций.

Вариант 5

1 Осуществление внутрикорпоративных коммуникаций посредством локальных сетей и сети Интернет.

Вариант 6

1 Искажение информации в коммуникативных процессах: виды, причины возникновения и способы преодоления.

Вариант 7

1 Типы слухов, их роль в деловых контактах и причины возникновения в организационных коммуникациях.

Вариант 8

1 Фазы и типичные ошибки в процессе ведения деловой беседы.

Вариант 9

1 Особенности деловых коммуникаций на выставках и ярмарках.

Вариант 10

1 Эффекты, феномены и механизмы межличностного восприятия в деловых коммуникациях.

Вариант 11

1 Методика подготовки, организации и специфика выступления на деловых пресс-конференциях и брифингах.

Вариант 12

1 Техники установления контакта в деловом общении.

Вариант 13

1 Специфика письменных коммуникаций.

Вариант 14

1 Способы аргументации в деловых коммуникациях.

Вариант 15

1 Психологические приемы убеждения в споре.

Вариант 16

1 Деловые интернет-коммуникации: правила поведения на профессиональных веб-форумах.

Вариант 17

1 Особенности письменного общения с использованием электронных средств коммуникации (факсимильная связь и электронная почта).

Вариант 18

1 Основы полемического мастерства в деловых коммуникациях.

Вариант 19

1 Национальные стили ведения деловых переговоров.

Вариант 20

1 Значение навыков ведения деловых переговоров в международной бизнес-среде.

Вариант 21

1 Навыки самопрезентации и управления впечатлением в деловом взаимодействии.

Вариант 22

1 Типы протокольных ситуаций в деловом общении с иностранными партнерами.

Вариант 23

1 Коммуникативные типы деловых партнеров.

Вариант 24

1 Служебно-деловой этикет руководителя и сотрудников в формировании имиджа и репутации компании во внешней среде.

Вариант 25

1 Установление психологического типа собеседника по доминирующему каналу восприятия информации (аудиал, визуал, кинестетик).

Вариант 26

1 Особенности мужского коммуникативного поведения.

Вариант 27

1 Психологические приемы влияния на собеседников.

Вариант 28

1 Особенности женского коммуникативного поведения.

Вариант 29

1 Способы развития коммуникативных навыков.

Вариант 30

1 Технология «бесконфликтного» общения.

Второй раздел для всех вариантов одинаков.

Во втором разделе контрольной работы необходимо разобрать и решить определенные практические ситуации.

Пример названия второго раздела контрольной работы:

2 Практическая часть

2.1 Бутики Христовара

Жанна Христовар только что получила университетскую степень бакалавра по направлению «Менеджмент» и сразу же включилась в работу компании своего отца. Ее отец Богдан Христовар является владельцем и президентом компании «Бутики Христовара» Компания владела сетью из 12 магазинов модной женской одежды в ряде крупных городов России. Компанию еще в конце перестройки основал дед Жанны. Связи и опыт деда, долгое время работавшего в сфере советской торговли, и последние 10 лет деятельности ее отца в области женской одежды, их умение покупать и продавать эту одежду превратили компанию из одного магазина в центре Москвы в достаточно большую сеть магазинов. Управленческий стиль Богдана Христовара, по сути, был продолжением стиля его отца. Оба получили образование при старой системе, один – торговое, другой – политехническое. Богдан знал, что и как он делает. Он был горд тем, что способен «держать руку на пульсе» всех деталей по покупке, рекламе и управлению магазинами. Каждый из менеджеров его магазинов, равно как и члены правления, встречались с ним каждые две недели в Москве. Между этими встречами Богдан тратил два – три дня каждой недели на посещение своих магазинов и работу с их менеджерами.

Однако главной его заботой было то, как люди коммуницируют и как они смотивированы к работе. Он отмечал, что на заседаниях, которые он проводил, все его менеджеры и специалисты слушают его очень внимательно. Тем не менее от суждений, которые они делали, его начала беспокоить мысль: слышат ли они его или просто внимательно слушают. Как результат, ряд его указаний точно не выполнялись магазинами. Он часто сам правил документацию и рекламные проспекты. В некоторых магазинах работники поговаривали о

вступлении в профсоюз. Нередко приходилось слышать то, что ему совсем не нравилось. Так, ему стало известно, что многие работники компании, включая некоторых менеджеров, знают, что пытается делать его компания, и уверены, что они могли делать дело лучше, если бы имели шанс говорить непосредственно с Богданом и его ближайшим окружением. Сам Богдан чувствовал, что многие его менеджеры, так же как и служащие магазинов, делали свою работу без каких-нибудь реальных усилий в творчестве, без изобретательности и энтузиазма. Его, кроме того, интересовало, почему некоторые его лучшие работники увольнялись и устраивались на работу к конкурентам.

Когда дочь пришла к нему, чтобы занять должность его специального помощника, он сказал: «Жанна, меня беспокоит происходящее в компании. Очевидно, что это проблема коммуникации и мотивации. Я знаю, что ты изучала менеджмент в университете. Я слышал, как ты говорила о проблемах барьеров и техники коммуникации. Ты называла имена Маслоу, Герцберга, Врума, МакКлелланда и других, кто много знает в области мотивации. Конечно, я сомневаюсь, что эти «психологи» знают достаточно в бизнесе. Вместе с тем я знаю о мотивации людей то, что главное – деньги, хороший начальник и хорошие условия работы. Может быть, ты знаешь что-то еще, что поможет мне? Я надеюсь на это. За твое обучение в университете я заплатил немало денег. Так что ты могла бы мне предложить?»

Вопросы к ситуации:

1 Как тот бизнес, в котором находилась компания, определял политику в области коммуникации?

2 Какой управленческий стиль преобладал у отца и деда Жанны и как он влиял на решение проблем межличностной и организационной коммуникации в компании?

3 Какие формы коммуникации с подчиненными преимущественно использовал Христодар – отец?

4 Где у Христорара-отца происходил сбой в коммуникационном процессе?

5 Какие коммуникационные барьеры имели место в компании? Какие меры вы предложили бы для их устранения?

6 Какие коммуникационные сети использовались Христораром-отцом во взаимодействии с подчиненными?

7 Какой коммуникационный стиль преимущественно использовал Христорар-отец в общении с подчиненными?

8 Какие невербальные формы коммуникации использовал Христорар-отец и были ли они эффективными?

9 Как решение вопросов коммуникации в данной ситуации связано с решением проблем мотивации?

10 Как бы вы на месте Жанны ответили отцу на его монолог?

2.2 Хороший и плохой слушатель

Ниже в случайном порядке перечислены характеристики хорошего и плохого слушателя.

1 Экономит время, слушая рационально.

2 Получает как вербальную, так и невербальную информацию.

3 Рассматривает саму тему как скучную и неинтересную.

4 Считает, что хранит композицию выступления в голове.

5 Работает, чтобы улучшить коммуникативные навыки.

6 Тратит время на обдумывание посторонних тем.

7 Не хочет концентрироваться на трудных моментах.

8 Помогает оратору.

9 Внутренне реагирует на любое эмоциональное выражение.

10 Сосредоточен и терпелив, не перебивает оратора.

11 Избегает ненужного несогласия, непонимания и повторений.

12 Расслабляется, позволяя себе отвлекаться.

13 Видит, чувствует и слышит.

- 14 Улавливает голые факты и не понимает главной идеи.
- 15 Терпим к идеям, не совпадающим с его собственными.
- 16 Считает скучным внимательно слушать.
- 17 Отвлекается на критику оратора.
- 18 Пытается осмыслить недопонятое.
- 19 Способен абстрагироваться от визуальных и эмоциональных факторов.
- 20 Слишком возбужден и часто отвлекается.

Проанализируйте характеристики хорошего и плохого слушателя и заполните таблицу 1.

Таблица 1 - Характеристики хорошего и плохого слушателя

Хороший слушатель	Плохой слушатель

2.3 Модель Г. Лассуэлла

Традиционными для исследования коммуникационных процессов являются вопросы, получившие название формулы Лассуэлла:

- Кто? (источник информации).
- Что говорит? (содержание коммуникации).
- Как происходит коммуникация? (каналы, язык, коды).
- Кому передается информация? (потребитель или реципиент).
- С каким эффектом? (планируемые и не планируемые эффекты).

Модель Г. Лассуэлла, представленная на рисунке 1 сегодня называется линейной, однонаправленной, бихевиористской (коммуникация понимается как прямое воздействие на реципиента, который выступает лишь в качестве

объекта, реагирующего на воспринимаемую информацию по принципу стимул - реакция / S-R).

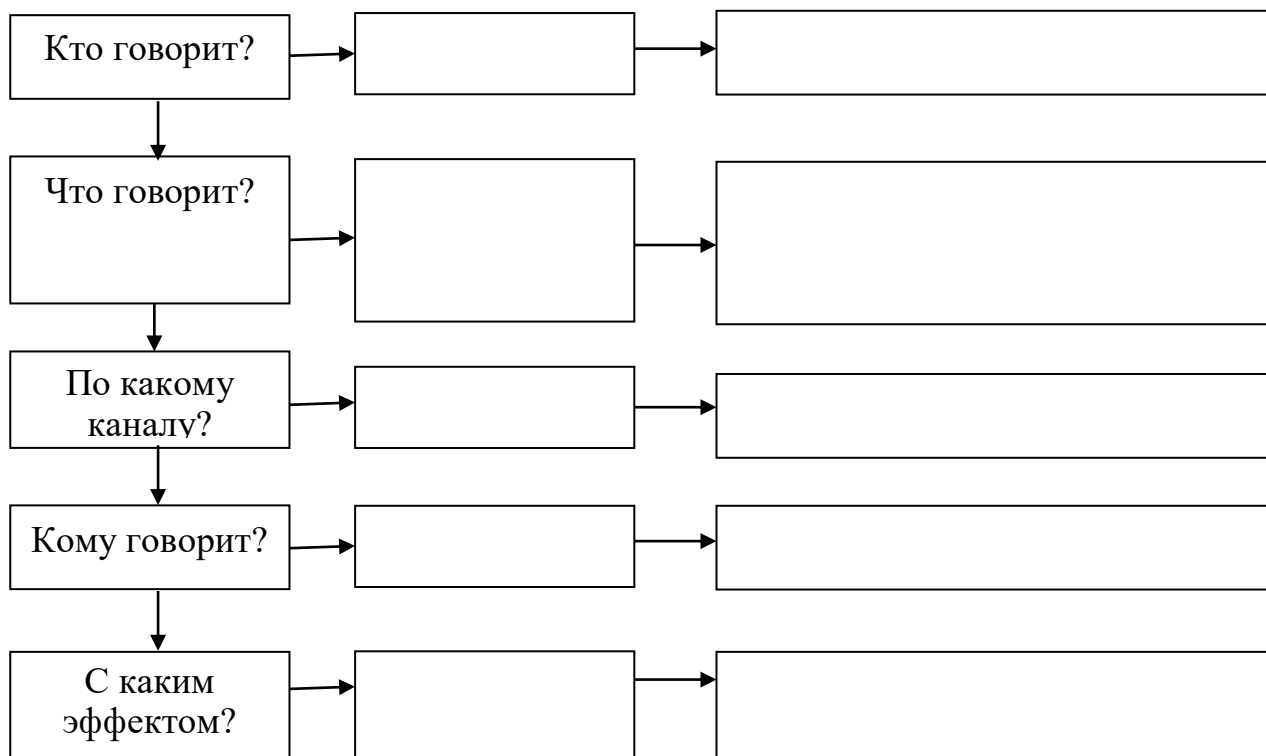


Рисунок 1 - Модель Г. Лассуэлла

На данном рисунке с каждым ключевым вопросом формулы Лассуэлла связаны действующий фактор этапа, сфера исследования коммуникации и некоторые методы исследования, которые, отражают современную картину исследования коммуникации.

Необходимо заполнить пропуски.

2.4 Виды коммуникаций по М.М. Назарову

В учебнике по массовой коммуникации М.М. Назарова приводится таблица различных видов коммуникации, наглядно показывающая различия межличностной и массовой коммуникации по основным параметрам (таблица 2).

Таблица 2 – Виды коммуникаций по М.М. Назарову

Параметры коммуникации	Межличностная коммуникация	Массовая коммуникация
Источник		
Канал		
Время		
Расстояние		
Приемник		
Обратная связь		
Характер регулирования		

Необходимо заполнить пропуски в таблице 2.

2.5 Умения начинать и заканчивать выступление

Предложите вступление и заключение к следующим 2-3 темам, постарайтесь, чтобы они перекликались. Примеры тем представлены в таблице 3.

Таблица 3 – Примеры тем для выступления

Тема	Аудитория
Сотвори себя сам	Врачи-хирурги
Дружба помогает жить	Университетские преподаватели
Берегите любовь	Военные
Как жить, не старея	Журналисты
Резервы психики человека	Дипломаты
Как научиться владеть собой	Первоклассники
Космическое будущее человечества	Студенты старших курсов университета
Лучше гор могут быть только горы	Учащиеся профтехучилища
Море – мир красоты и чудес	Сотрудники рекламного агентства
Когда приходит успех	Успешные молодые бизнесмены

5 Литература, рекомендуемая для выполнения контрольной работы

5.1 Основная литература

1 Деловые коммуникации [Электронный ресурс] : учебное пособие для студентов, обучающихся по программам высшего образования по направлениям подготовки 38.03.05 Бизнес-информатика, 38.03.04 Государственное и муниципальное управление, 38.03.02 Менеджмент / М. Г. Круталевич [и др.]; М-во образования и науки Рос. Федерации, Федер. гос. бюджет. образоват. учреждение высш. образования «Оренбург. гос. ун-т». - Электрон. дан. - Оренбург : ОГУ, 2015. - 1 электрон. опт. диск (CD-ROM) : зв., цв.; 12 см. - Загл. с этикетки диска. - Систем. требования: IBM PC 686 (Pentium или выше); Microsoft Windows NT 5.x (2000, XP, 7, 8); 512 Мб; монитор, поддерживающий режим 1024x768; мышь или аналогич. устройство

2 Коноваленко, М. Ю. Деловые коммуникации : учебник для бакалавров: для студентов высших учебных заведений, обучающихся по экономическим направлениям и специальностям / М. Ю. Коноваленко, В. А. Коноваленко; Рос. экон. ун-т им. Г. В. Плеханова. - Москва : Юрайт, 2014. - 468 с.

5.2 Дополнительная литература

1 Бельдова, М.В. Деловой протокол и этикет. Практика применения / М. В. Бельдова, А. В. Рогова, Б. А. Шардаков. - М. : Проф. изд-во, 2008. - 193 с.

2 Борисова, Е. А. Эффективные коммуникации в бизнесе / Е. А. Борисова. - СПб. [и др.] : Питер, 2005. - 208 с.

3 Введенская, Л. А. Деловая риторика : учеб. пособие для вузов / Л. А. Введенская, Л. Г. Павлова.- 2-е изд., перераб. и доп. - Ростов-на-Дону : МарТ, 2001. - 512 с.

4 Гойхман, О. Я. Речевая коммуникация : учебник для студентов высших учебных заведений, обучающихся по специальностям сервиса / О. Я. Гойхман, Т. М. Надеина.- 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : ИНФРА-М, 2014. - 272 с.

5 Грошев, И. В. Организационная культура : учеб. пособие для вузов / И. В. Грошев, П. В. Емельянов, В. М. Юрьев. - М. : Юнити, 2004. - 288 с.

6 Деловая этика : учебное пособие / под ред. О. А. Билан; Федер. агентство ж.-д. трансп., Федер. гос. бюджет. образоват. учреждение высш. образования «Петерб. гос. ун-т путей сообщ. имп. Александра I» (ФГБОУ ВО ПГУПС). - Санкт-Петербург : ПГУПС, 2016. - 166 с.

7 Емельянова, Е.А. Деловые коммуникации : учебное пособие [Электронный ресурс] / Е.А. Емельянова. – Томск: Эль Контент, 2014. – 122 с. -

- Режим доступа:

http://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=480463

8 Кривоко́ра, Е. И. Деловые коммуникации : учебное пособие для студентов, обучающихся по специальности 080502 «Экономика и управление на предприятии сферы обслуживания», а также по направлению подготовки 080200 «Менеджмент» (профиль «Производственный менеджмент») / Е. И. Кривоко́ра. - Москва : ИНФРА-М, 2014. - 190 с.

9 Малюга, Е. Н. Функциональная прагматика межкультурной деловой коммуникации : монография / Е. Н. Малюга.- 2-е изд., доп. - М. : Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2008. - 314 с.

10 Медведева, Т. П. Паблик рилейшнз в системе маркетинговых коммуникаций : учеб. пособие для вузов / Т. П. Медведева, Н. В. Лужнова, Т. И. Вилкова. - Оренбург : ГОУ ОГУ, 2006. - 126 с.

11 Павлова, Л. Г. Основы делового общения : учебное пособие / Л. Г. Павлова; под ред. Л. А. Введенской. - Ростов-на-Дону : Феникс, 2008. - 311 с.

12 Панфилова, А. П. Деловая коммуникация в профессиональной деятельности : учеб. пособие / А. П. Панфилова. - СПб. : Знание, 2001. - 496 с. - ISBN 5-7320-0526-9.

13 Панфилова, А. П. Теория и практика общения : учебное пособие для студентов образовательных учреждений среднего профессионального образования / А. П. Панфилова.- 2-е изд., стер. - Москва : Академия, 2009. - 288 с.

14 Садохин, А. П. Межкультурная коммуникация : учебное пособие по дисциплине «Культурология» / А. П. Садохин. - Москва : Альфа-М : ИНФРА-М, 2013. - 288 с.

15 Сафонова, Л. В. Социальные технологии в сфере сервиса и туризма : учеб. пособие для вузов / Л. В. Сафонова. - М. : Академия, 2007. - 128 с.

16 Сидоров, П. И. Деловое общение : учебник / П. И. Сидоров, М. Е. Путин, И. А. Коноплева.- 2-е изд., перераб. - М. : ИНФРА-М, 2012. - 384 с.

17 Спивак, В. А. Современные бизнес-коммуникации : стандарт. положения об отделах, формы переписки, делопроизводство / В. А. Спивак. - СПб. : Питер, 2002. - 448 с.

18 Таратухина, Ю. В. Деловые и межкультурные коммуникации : учебник и практикум для академического бакалавриата: учебник для студентов высших учебных заведений, обучающихся по экономическим направлениям и специальностям / Ю. В. Таратухина, З. К. Авдеева. - Москва : Юрайт, 2016. - 324 с.

19 Щербинина, Ю. В. Книга. Текст. Коммуникация = Book. Text. Communication : словарь-справочник новейших терминов и понятий / Ю. В. Щербинина. - Москва : Форум : ИНФРА-М, 2017. - 304 с.

5.3 Периодическая литература

1 Российское предпринимательство: журнал. – М: Издательство «Креативная экономика».

2 Проблемы теории и практики управления: журнал. - М.: Агенство «Роспечать».

3 Экономика и управление: журнал. - СПб.: Агенство «Роспечать».

4 Менеджмент в России и за рубежом: журнал. - М.: Агентство «Роспечать».

5 Маркетинговые коммуникации: журнал. - Москва: Агентство «Роспечать».

5.4 Интернет-ресурсы

1 <http://slovari.yandex.ru/> - На портале представлены толковые словари, энциклопедии, словари иноязычных слов, орфографические словари, этимологические словари, словарь синонимов.

2 <http://www.management.com.ua/> - Интернет-портал, который содержит обзоры и статьи, комментарии и рецензии, новости и интервью о качестве ведения бизнеса, управление финансами и персоналом, бизнес-образование и др.

3 <http://infomanagement.ru/> - Интернет-портал, который содержит материалы по теории и практике менеджмента: новости, статьи, книги, лекции.

4 <http://www.aup.ru/> - Административно-управленческий портал - бизнес-портал предназначен для руководителей, менеджеров, маркетологов, финансистов и экономистов предприятий. Основой портала является электронная библиотека деловой литературы и документов, а также бизнес-форум по различным аспектам теории и практики организации, планирования и управления деятельностью предприятий.

5 <http://elibrary.ru/> – eLIBRARY.RU - крупнейшая в России электронная библиотека научных публикаций, обладающая богатыми возможностями поиска и получения информации. Библиотека интегрирована с Российским индексом научного цитирования (РИНЦ) - созданным по заказу Минобрнауки РФ бесплатным общедоступным инструментом измерения и анализа публикационной активности ученых и организаций. eLIBRARY.RU и РИНЦ разработаны и поддерживаются компанией «Научная электронная библиотека».

6 <http://bukvy.net/> - Электронная библиотека книг и периодических изданий по экономике, управлению, менеджменту и психологии.

7 <http://praktikmanager.ru/> - Информационный сайт по менеджменту. Теория и практика для студентов.

8 <http://infomanagement.ru/> - Инфо-менеджмент – портал, на котором собраны литература (книги, лекции, периодические издания) по менеджменту и управлению, а также представлены мировые и российские новости, посвященные управлению.

9 <http://www.consultant.ru> - Официальный сайт компании «КонсультантПлюс», представляющий собой справочную правовую систему.

Приложение А (справочное)

Примеры таблиц и рисунков для теоретической части контрольной работы

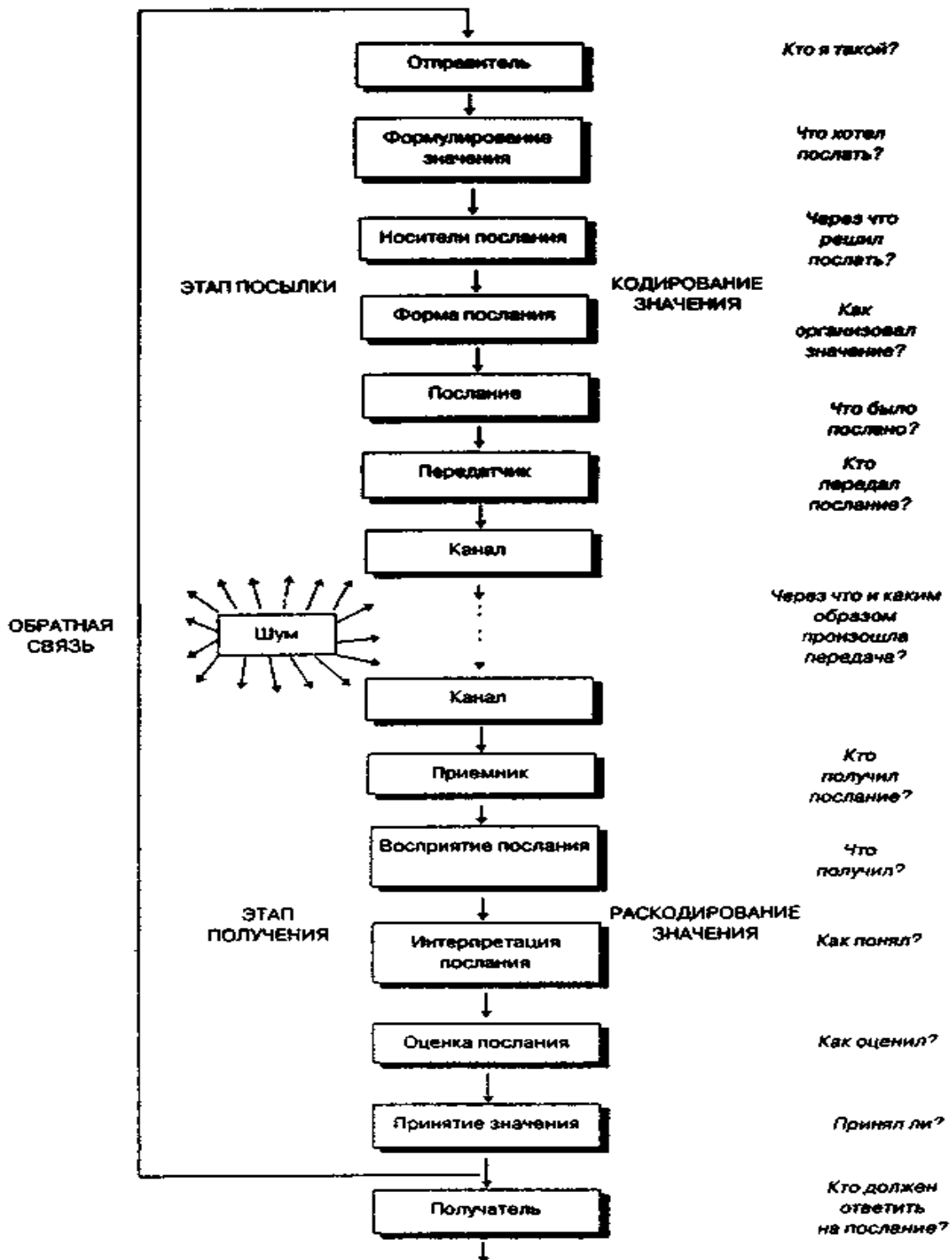
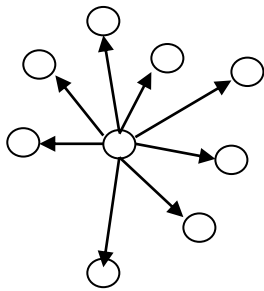
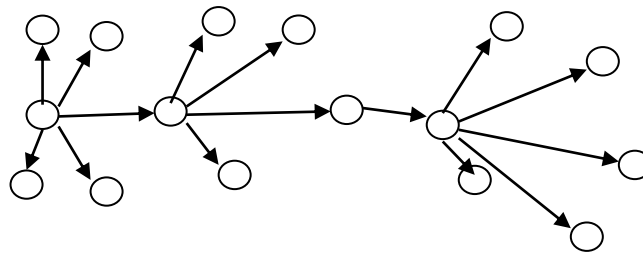


Рисунок А.1 – Модель коммуникационного процесса



Простая цепочка
(один сотрудник передает информацию другим)



Кластерная цепочка
(несколько человек передают информацию другим)

Рисунок А.2 – Схемы неформальной коммуникативной сети «Виноградная лоза»

Таблица А.1 - Характеристика коммуникационных сетей

Результаты или измеряемые характеристики	Тип коммуникационной сети		
	кружок	цепочка	колесо
Скорость	Медленно	Быстро	Быстро
Точность	Плохая	Хорошая	Хорошая
Организованность	Слабая	Средняя	Сильная
Лидерство	Отсутствует	Проявляется	Четко выражено
Мораль	Очень высокая	Низкая	Очень низкая

Таблица А.2 - Модель личностно-деловых качеств современного менеджера (В.М. Шепель)

Требования, предъявляемые к менеджеру по коммуникациям		
Блок общих качеств: незаурядный интеллект, обостренная интуиция, человеколюбие, эрудиция, оптимизм, опыт общения и приложения профессиональных знаний	Блок конкретных качеств: порядочность, компетентность, организаторские данные, вкус к самосовершенствованию, обаяние	Блок специфических качеств: коммуникабельность, эмпатичность, рефлексивность, стрессоустойчивость