

Министерство образования и науки Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Оренбургский государственный университет»  
Кафедра управления персоналом, сервиса и туризма

Р. М. Прытков, О. В. Бурдюгова

## ДЕЛОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ

Рекомендовано к изданию Редакционно-издательским советом федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Оренбургский государственный университет» в качестве методических указаний для студентов, обучающихся по программам высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент

Оренбург  
2016

УДК 316.77 : 005.57(076.5)

ББК 60.84я7+88.53я7

П 85

Рецензент – профессор, доктор экономических наук М. Г. Лапаева

П 85

**Прытков Р.М.**

Деловые коммуникации : методические указания по подготовке контрольной работы / Р. М. Прытков, О. В. Бурдюгова; Оренбургский гос. ун-т. - Оренбург: ОГУ, 2016. - 27 с.

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

Методические указания по подготовке контрольной работы по дисциплине «Деловые коммуникации» предназначены для студентов направления подготовки 38.03.02 Менеджмент

УДК 316.77 : 005.57(076.5)

ББК 60.84я7+88.53я7

© Прытков Р. М., 2016

© Бурдюгова О. В., 2016

© ОГУ, 2016

## 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 построению и оформлению контрольной работы .....	7
4 Задания для выполнения контрольной работы .....	12
5 Литература, рекомендуемая для выполнения контрольной работы .....	19
5.1 Основная литература.....	19
5.2 Дополнительная литература.....	20
5.3 Периодическая литература.....	25
5.4 Интернет-ресурсы.....	26

## Введение

Дисциплина «Деловые коммуникации» направлена на развитие коммуникативной компетентности профессионалов любого уровня и направления деятельности и является одной из базовых 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» относится к дисциплинам базовой части, изучается студентами, обучающимися по направлению подготовки бакалавриата 38.03.02 Менеджмент всех форм обучения.

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

Одним из этапов изучения дисциплины является выполнение студентом контрольной работы. Выполнение контрольной работы позволяет расширить знания студента, усилить понимание им существа изучаемых проблем, формировать убеждение в необходимости постоянного творческого, исследовательского развития.

В процессе выполнения работ бакалавр приобретает необходимые навыки: умение отбирать и критически оценивать нужный материал, пользоваться специальной литературой, анализировать имеющиеся данные, сопоставлять факты, делать теоретические и практические выводы.

В методических указаниях даны рекомендации к содержанию и оформлению контрольных работ, порядок их выполнения, задания и список рекомендуемой литературы.

После самостоятельного изучения всех тем курса студент должен 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 студент допускается к экзамену (зачету), которым завершается изучение курса.

При выполнении контрольной работы студент должен показать глубокие знания экономической литературы, действующих законодательных актов, уметь подбирать, изучать и обобщать материалы из различных источников информации, показать владение методологией современного менеджмента и её применения при анализе конкретных практических ситуаций.

## **1 Общие положения по выполнению контрольной работы**

Контрольная работа должна носить творческий характер и содержать анализ различных точек зрения по вопросам в области деловых коммуникаций, а также практическую оценку и свое отношение к ним.

Особое внимание при написании контрольной работы нужно уделить изучению публикаций последних лет. После подбора и тщательного изучения подобранных литературных источников и материала начинается процесс непосредственно 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 самостоятельно и творчески использовать имеющийся материал и сочетать его с теоретическими знаниями, полученными при изучении дисциплины.

## **2 Порядок представления к защите и защита контрольной работы**

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

Подготовленная контрольная работа подписывается студентом и представляется преподавателю на проверку в установленные сроки на кафедру, кабинет 6405. Проверка контрольных работ ведущим преподавателем осуществляется в течение недели после их сдачи.

Если в результате проверки обнаружены ошибки, неполный объем или низкое качество оформления работы, она возвращается студенту для доработки или переделки. Замечания руководителя в письменном виде представляются студенту. 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 построению и оформлению контрольной работы**

Выполненная контрольная работа 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 даны в задании;
- контрольную работу следует оформить в соответствии со стандартом организации.

Студенты, не получившие зачета по контрольной работе, к экзамену (зачету) не допускаются. Если выполнение контрольной работы вызывает затруднения, следует обратиться за устной или письменной консультацией на кафедру.

Общие требования к построению и оформлению контрольной работы представлены в СТО 02069024. 101 – 2015 «Работы студенческие. Общие требования и правила оформления».

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

Примеры оформления титульного листа контрольной работы и ее содержания приведены в СТО 02069024. 101 – 2015 «Работы студенческие. Общие требования и правила оформления».

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

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

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. Избегайте при формулировке актуальности использования общеизвестных и банальных вещей (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.

Далее рассмотрена структура и содержание основной части контрольной работы.

Текст основной части контрольной работы должен состоять двух разделов, охватывающий теоретические 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.

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 – это полнота и качество выполнения поставленных и решаемых в данном разделе задач.

Рекомендуется придерживаться следующей структуры основной части контрольной работы: студент 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.

Структурные единицы основной части (разделы, подразделы, пункты) должны иметь порядковую нумерацию в пределах всего текста, за исключением введения, содержания, заключения и приложений. Все структурные единицы основного текста контрольной работы следует нумеровать арабскими цифрами и иметь заголовки. 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.

**Заключение** - завершающая часть основного текста контрольной работы. В заключении приводятся основные результаты проведенных студентом работ по теоретическому 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», размещенного на сайте ОГУ <http://osu.ru/doc/385>.

Список использованных источников должен включать 5-10 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 контрольной работе не допускается применять обороты разговорной речи, профессионализмы.

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

При написании контрольной работы следует оставлять поля для замечаний рецензента. Страницы должны быть пронумерованы. Общая нумерация страниц контрольной 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 индивидуальным графиком.

В случае если контрольная работа не будет зачтена, её необходимо доработать, учитывая все замечания рецензента. 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 работы представляется на рецензирование вместе с первоначальным вариантом.

Контрольная работа оценивается «зачтено»/«не зачтено» (таблица 2). Кафедра самостоятельно определяет критерии оценки контрольных работ. Оценка «зачтено»/«не зачтено» выставляется на титульном листе работы.

Таблица 2 – Критерии оценки контрольной работы

Оценка	Критерии
зачтено	Выставляется студенту, если он глубоко и точно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, правильно обосновывает принятое решение, соблюдает правила оформления контрольной работы
не зачтено	выставляется студенту, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно с затруднениями выполняет практические задания, не соблюдает правила оформления контрольной работы

На работу должна быть дана рецензия, в которой следует дать рекомендации по устранению допущенных в контрольной работе ошибок.

Если контрольная работа получила оценку «не зачтено», то в рецензии следует указать причины такой оценки. Контрольная работа не может быть зачтена при наличии в ней хотя бы одного из нижеперечисленных недостатков:

- контрольная работа выполнена не по своему варианту;
- контрольная работа не соответствует требованиям, принятым в университете.

#### **4 Задания для выполнения контрольной работы**

Тематика контрольной работы составлена таким образом, что охватывает главные аспекты изучаемой дисциплины. Выбор номера темы контрольной работы осуществляется по номеру зачетной книжки и первой буквы фамилии студента в соответствии с таблицей 3.

Таблица 3 – Выбор варианта контрольной работы

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

#### **Варианты контрольных работ:**

##### **Вариант 1**

1 Теории и модели коммуникаций.

2 Стили общения в деловых коммуникациях: проблема выбора стиля.

## **Вариант 2**

1 Этапы коммуникационного процесса.

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

## **Вариант 3**

1 Вербальные средства деловой коммуникации.

2 Культура устной речи.

## **Вариант 4**

1 Использование невербальных средств в рамках деловых коммуникаций.

2 Виды коммуникаций и коммуникативных сетей в организации.

## **Вариант 5**

1 Осуществление внутрикорпоративных коммуникаций посредством локальных сетей и сети Интернет.

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

## **Вариант 6**

1 Понятие коммуникативного барьера.

2 Неформальные коммуникации в организации.

## **Вариант 7**

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

2 Деловая беседа как основная форма деловых коммуникаций.

## **Вариант 8**

1 Фазы и типичные ошибки в процессе ведения деловой беседы.

2 Техники установления контакта в деловом общении.

## **Вариант 9**

1 Навыки рефлексивного и нерефлексивного слушания.

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

## **Вариант 10**

1 Особенности деловых коммуникаций на выставках и ярмарках.

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

## **Вариант 11**

1 Стратегические и тактические приемы ведения деловых переговоров.

2 Правила поведения при разногласиях.

## **Вариант 12**

- 1 Классическая схема публичного выступления.
- 2 Ораторские приемы и средства привлечения внимания слушателей.

## **Вариант 13**

- 1 Специфика письменных коммуникаций.
- 2 Культура оформления документов в деловом общении.

## **Вариант 14**

- 1 Способы аргументации в деловых коммуникациях.
- 2 Психологические приемы убеждения в споре.

## **Вариант 15**

- 1 Методы разрешения деловых конфликтов.
- 2 Способы снижения эмоционального напряжения во время общения.

## **Вариант 16**

- 1 Деловые интернет-коммуникации: правила поведения на профессиональных веб - форумах и в блогосферах.
- 2 Правила ведения деловой дискуссии.

## **Вариант 17**

- 1 Алгоритм проведения деловых совещаний.

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

### **Вариант 18**

1 Использование метода «мозгового штурма» на совещании: возможности применения и технология проведения.

2 Основы полемического мастерства в деловых коммуникациях.

### **Вариант 19**

1 Основные правила ведения деловых коммуникаций по телефону.

2 Национальные стили ведения деловых переговоров.

### **Вариант 20**

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

2 Этикет телефонного разговора.

### **Вариант 21**

1 Навыки самопрезентации и управления впечатлением в деловом взаимодействии.

2 Особенности международного протокола в деловых коммуникациях.

### **Вариант 22**

1 Типы протокольных ситуаций в деловом общении с иностранными партнерами.



2 Коммуникативные типы деловых партнеров.

### **Вариант 23**

1 Приемы влияния на партнера с учетом его психотипа.

2 Понятие коммуникативной компетентности государственного служащего, ее роль в деловом взаимодействии.

### **Вариант 24**

1 Способы развития коммуникативных навыков.

2 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).

2 Использование юмора, иронии, сарказма при ведении спора.

### **Вариант 26**

1 Особенности мужского коммуникативного поведения.

2 Критика в деловой коммуникации.

### **Вариант 27**

1 Психологические приемы влияния на собеседников.

2 Compliments в деловой коммуникации.

### **Вариант 28**

1 Система внешних коммуникаций в органах государственного и муниципального управления.

2 Особенности женского коммуникативного поведения.

### **Вариант 29**

1 Слушание в деловой коммуникации.

2 Этикет и культура поведения делового человека.

### **Вариант 30**

1 Система внутренних коммуникаций в органах государственного и муниципального управления.

2 Технология «бесконфликтного» общения.

## **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. текстовые дан. - Оренбург : ОГУ, 2015. - Загл. с тит. экрана. -Adobe Acrobat Reader 6.0 - ISBN 978-5-7410-1378-6.

2 Герчикова, И. Н. Менеджмент = Management : учеб. для вузов / И. Н. Герчикова.- 4-е изд., перераб. и доп. - Москва : Юнити, 2008. - 511 с. - (Золотой фонд российских учебников). - Парал. тит. л. англ. - Библиогр.: с. 490-499. - ISBN 978-5-238-01095-3.

3 Гойхман, О. Я. Речевая коммуникация : учеб. для вузов / О. Я. Гойхман, Т. М. Надеина .- 2-е изд., перераб. и доп. - М. : ИНФРА-М, 2009. - 272 с. - (Высшее образование). - Словарь : с. 248-268. - Библиогр.: с. 269-270. - ISBN 978-5-16-002657-2.

4 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. : табл. - (Бакалавр. Базовый курс). - На тит. л.: Книга доступна в электронной библиотечной системе biblio-online.ru. - Библиогр.: с. 467-468. - ISBN 978-5-9916-3373-4.

5 Садохин, А. П. Введение в межкультурную коммуникацию : учеб. пособие / А. П. Садохин.- 2-е изд., стер. - М. : Омега - Л, 2010. - 190 с. - (Библиотека высшей школы). - Библиогр.: с. 188-189. - ISBN 978-5-370-01722-3.

6 Тебекин, А. В. Менеджмент организации : учеб. для экон. вузов / А. В. Тебекин, Б. С. Касаев.- 3-е изд., перераб. и доп. - М. : КноРус, 2008. - 408 с. : ил.. - Библиогр.: с. 405-408. - ISBN 978-5-390-00462-3.

## **5.2 Дополнительная литература**

1 Абчук, В. А. Методы исследований в менеджменте : учебник для студентов высших учебных заведений, обучающихся по направлению 540400 (050400) - Социально-экономическое образование / В. А. Абчук, А. Ф. Борисов, А. В. Воронцов; Рос. гос. пед. ун-т им. А. И. Герцена. - Санкт-Петербург : Росток, 2012. - 480 с. : ил. - Прил.: с. 411-453. - Слов. терминов: с. 454-468. - Библиогр.: с. 469-477. - ISBN 978-5-94668-103-2.

2 Беккер, К. Межличностная коммуникация в органах местного самоуправления / К. Беккер. - Обнинск : Ин-т муниципального управления, 2002. - 52 с. - (Эффективная коммуникация).- (Библиотека муниципалитета). - Библиогр.: с. 51-52. - ISBN 5-900927-23-7.

3 Бороздина, Г. В. Психология и этика делового общения : учеб. для бакалавров / Г. В. Бороздина, Н. А. Кормнова; под общ. ред. Г. В. Бороздиной. - М. : Юрайт, 2012. - 464 с. - (Бакалавр). - Слов.: с. 454-458. - Библиогр.: с. 459-463. - ISBN 978-5-9916-1680-5.

4 Введенская, Л. А. Деловая риторика : учебное пособие / Л. А. Введенская, Л. Г. Павлова.- 6-е изд., перераб. - Москва : КноРус, 2012. - 416 с. - (Для бакалавров). - Прил.: с. 376-411. - Библиогр.: с. 412-416. - ISBN 978-5-406-02177-4.

5 Введенская, Л. А. Культура речи государственного служащего : учеб.-практ. пособие / Л. А. Введенская, Л. Г. Павлова, Е. Ю. Кашаева. - Ростов-на-

Дону : Феникс, 2011. - 473 с. - (Высшее образование). - Прил.: с. 339-466. - Библиогр.: с. 467-468. - Слов. и справ.: с. 469-471. - ISBN 978-5-222-17648-1.

6 Введенская, Л. А. Русский язык. Культура речи. Деловое общение : учебник для подготовки бакалавров нефилологического профиля / Л. А. Введенская, Л. Г. Павлова, Е. Ю. Кашаева.- 2-е изд., стер. - Москва : КНОРУС, 2014. - 424 с. - (Бакалавриат). - Глоссарий в конце разд. - Библиогр. в конце модулей и в подстроч. примеч. - Лекс. слов. и справ.: с. 419-421. - ISBN 978-5-406-03243-5.

7 Виханский, О. С. Менеджмент : учебник для вузов по направлению «Экономика» и специальностям «Финансы и кредит», «Бухучет, анализ и аудит», «Налоги и налогообложение» / О. С. Виханский, А. И. Наумов.- 5-е изд., стер. - М. : Магистр : Инфра-М, 2013. - 576 с. - Библиогр. : с. 569-574 . - ISBN 978-5-9776-0164-1.

8 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. - (Высшее образование). - Слов.: с. 248-268. - Библиогр.: с. 269-270. - ISBN 978-5-16-002657-2.

9 Головлева, Е. Л. Массовые коммуникации и медиапланирование : учеб. пособие для вузов / Е. Л. Головлева . - Ростов-на-Дону : Феникс, 2008. - 252 с. - (Высшее образование). - Библиогр.: с. 209-214. - Прил.: с. 215-246 . - ISBN 978-5-222-12832-9.

10 Гришаева, Л. И. Введение в теорию межкультурной коммуникации : учеб. пособие / Л. И. Гришаева, Л. В. Цурикова . - 4-е изд., стер. - М. : Академия, 2007. - 336 с. - (Высшее профессиональное образование). - Библиогр.: с. 320-331. - ISBN 978-5-7695-4410-1.

11 Грушевицкая, Т. Г. Основы межкультурной коммуникации : учеб. для вузов / Т. Г. Грушевицкая, В. Д. Попков, А. П. Садохин . - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2003. - 352 с - ISBN 5-238-00359-5.

12 Деловое общение : учеб. пособие / авт.-сост. И. Н. Кузнецов.- 5-е изд. - М. : Дашков и К, 2013. - 528 с. - Библиогр.: с. 467-475. - ISBN 978-5-394-01739-1.

13 Дорофеев, В. Д. Менеджмент : учебное пособие для вузов по специальности «Менеджмент организации» / В. Д. Дорофеев, А. Н. Шмелева, Н. Ю. Шестопап. - М. : ИНФРА-М, 2012. - 440 с. - (Высшее образование). - Библиогр. : с. 433. - ISBN 978-5-16-003281-8.

14 Дубровин, И. А. Маркетинговые коммуникации : учеб. для студентов вузов / И. А. Дубровин . - М. : Дашков и К, 2009. - 578 с. : ил.. - Библиогр.: с. 574-577. - ISBN 978-5-91131-708-9.

15 Иванова, К. А. Копирайтинг : секреты составления рекламных и PR-текстов / К. А. Иванова .- 2-е изд. - СПб. : Питер, 2009. - 158 с. - Библиогр.: с. 156-157. - ISBN 978-5-469-01108-8.

16 Коммуникационный менеджмент : учеб. пособие для студентов вузов / под ред. В. М. Шепеля. - М. : Гардарики, 2004. - 352 с. - (Disciplinae). - Библиогр. в конце разд. и в подстроч. примеч. - ISBN 5-8297-0200-3.

17 Кривокопа, 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. Кривокопа. - Москва : ИНФРА-М, 2014. - 190 с. : ил. - (Высшее образование. Бакалавриат). - На обл. и тит. л.: Электронно-библиотечная система [znanium.com](http://znanium.com). - Глоссарий: с. 178-179. - Библиогр.: с. 180-187. - ISBN 978-5-16-004277-0.

18 Мескон, М. Х. Основы менеджмента = Management / М. Х. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури.- 3-е изд. - СПб. : Вильямс, 2009. - 672 с. - Парал. тит. л. англ. - Слов. терминов: с. 638-650. - Предм. указ.: с. 655-665. - ISBN 978-5-8459-1060-8.

19 Мирошниченко, А. А. Бизнес-коммуникации. Мастерство делового общения. Практическое руководство [Электронный ресурс] / Мирошниченко А. А. - Книжный мир, 2008. Университетская библиотека. Режим доступа: [http://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_view&book\\_id=89669](http://biblioclub.ru/index.php?page=book_view&book_id=89669)

20 Мосеев, Р. Н. Современное документоведение / Р. Н. Мосеев ; М-во образования РФ, МГУ. - М. : АСТ : Восток-Запад, 2007. - 384 с. - (Учебное пособие). - Библиогр.: с. 375-377. - Прил. в конце глав. - ISBN 5-17-042418-3. - ISBN 5-478-00452-9.

21 Мухамеджанова, Н. М. Межкультурная коммуникация : науч.-метод. пособие / Н. М. Мухамеджанова; М-во образования и науки Рос. Федерации, Федер. агентство по образованию; Гос. образоват. учреждение высш. проф. образования «Оренбург. гос. ун-т». - Оренбург : ИПК ГОУ ОГУ, 2010. - 174 с. - Библиогр. в конце тем. - ISBN 978-5-7410-1087-7.

22 Назаров, М. М. Зарубежные рынки телевизионной рекламы: сравнительное исследование / М. М. Назаров; Аналит. Центр Видео Интернешнл. - М. : [Б. и.], 2011. - 361 с. : ил., табл., цв. ил. - ISBN 978-5-93055-200-3.

23 Переверзев, М. П. Менеджмент : учеб. пособие для вузов / М. П. Переверзев, Н. А. Шайденко, Л. Е. Басовский.- 2-е изд., доп. и перераб. - М. : ИНФРА-М, 2010. - 330 с. - (Высшее образование). - Библиогр.: с. 325-326. - ISBN 978-5-16-003239-9.

24 Почепцов, Г. Г. Теория коммуникации / Г. Г. Почепцов.- 2-е изд., стер. - Москва : СмартБук, 2009. - 651 с. : табл., ил. - (Образовательная библиотека). - Библиогр.: с. 606-640. - ISBN 978-5-9791-0123-1.

25 Психология и этика делового общения : учебник для бакалавров / под ред. В. Н. Лавриненко, Л. И. Чернышовой.- 6-е изд., перераб. и доп. - Москва : Юрайт, 2013. - 591 с. - (Бакалавр. Углубленный курс) - ISBN 978-5-9916-2800-6.

26 Руднев, В. Н. Риторика. Деловое общение : учебное пособие / В. Н. Руднев.- 2-е изд., испр. и доп. - Москва : КноРус, 2014. - 352 с. - (Бакалавриат). - Библиогр.: с. 324-326 и в подстроч. примеч. - ISBN 978-5-406-03449-1.

27 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. - (Высшее образование - бакалавриат). - Глоссарий: с. 365-380. - Библиогр.: с. 381. - ISBN 978-5-16-003843-8.

28 Спивак, В. А. Современные бизнес-коммуникации : стандарт. положения об отделах, формы переписки, делопроизводство / В. А. Спивак. - СПб. : Питер, 2002. - 448 с. : ил. - (Теория и практика менеджмента). - Имен. указ.: с. 431. - Предм. указ.: с. 432-447. - ISBN 5-318-00761-9.

29 Столяренко, Л. Д. Психология делового общения : для студентов вузов / Л. Д. Столяренко, С. И. Самыгин. - Ростов-на-Дону : Феникс, 2012. - 219 с. - (Шпаргалки) - ISBN 978-5-222-19235-1.

30 Суховершина, Ю. В. Тренинг делового (профессионального) общения / Ю. В. Суховершина, Е. П. Тихомирова, Ю. Е. Скоромная.- 2-е изд. - М. : Акад. проект, 2009. - 128 с. - (Тренинги и практикумы). - Библиогр.: с. 125-126. - ISBN 978-5-8291-1090-1. - ISBN 978-5-902357-84-1.

31 Титова, Л. Г. Деловое общение : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям экономики и управления (06000) / Л. Г. Титова. - Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2006. - 271 с. : ил. - (SUB ROSA. Конфиденциальность. Доверительность. Честность). - Библиогр.: с. 267-269. - ISBN 5-238-00919-4.

32 Ульяновский, А. В. Маркетинговые коммуникации : 28 инструментов миллениума с учетом новейших тенденций, диктуемых современным рынком / А. В. Ульяновский. - М. : Эксмо, 2008. - 426 с. - (Прицельный маркетинг). - Примеч.: с. 413-426 - ISBN 978-5-699-26433-9.



33 Функциональная прагматика межкультурной деловой коммуникации : моногр. / Е. Н. Малюга .- 2-е изд., доп. - М. : Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2008. - 314 с. - Библиогр.: с. 278-314. - ISBN 978-5-397-00075-8.

34 Янкина, Н. В. Введение в теорию и практику межкультурной коммуникации : учеб. пособие для вузов / Н. В. Янкина. - Оренбург : ОГУ, 2006. - 317 с - ISBN 5-7410-0521-1.

### **5.3 Периодическая литература**

1 Акционерное общество: вопросы корпоративного управления : журнал. - М. : Агентство «Роспечать».

2 Вопросы экономики : журнал. - М. : Агентство «Роспечать».

3 Делопроизводство и документооборот на предприятии : журнал. - М.: Агентство «Роспечать».

4 Кадровая служба и управление персоналом предприятия : журнал. - М. : Агентство «Роспечать».

5 Кадры предприятия : журнал. - М. : Агентство «Роспечать».

6 Коммуникативная методика : журнал. / учредитель Научно-образовательный фонд «Методическая школа Пассова». - М. : Агентство «Роспечать».

7 Логистика : журнал. - М. : Агентство «Роспечать».

8 Маркетинг и маркетинговые исследования : журнал. / учредитель ЗАО «Издательский дом Гребенникова». - М. : Агентство «Роспечать».

9 Маркетинговые коммуникации : журнал. / учредитель ЗАО «Издательский дом Гребенникова». - М. : Агентство «Роспечать».

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

11 Право и экономика : журнал. - М. : Агентство «Роспечать».

12 Проблемы теории и практики управления : журнал. / учредитель Совет стран – членов Международного научно-исследовательского института

проблем управления (РАН). - М. : Агентство «Роспечать».

13 Психологическая наука и образование : журнал. / учредитель Психологический институт РАО, Международный образовательный и психологический колледж - М. : Агентство «Роспечать».

14 Психологический журнал : журнал. / учредитель Институт психологии РАН. - М. : Академиздатцентр «Наука» РАН.

15 Региональная экономика: Теория и практика: журнал. 82327. - М. : ООО «Издательский дом Финансы и Кредит».

16 Российский журнал менеджмента : журнал. - М. : Агентство «Роспечать».

17 Русский язык за рубежом : журнал. - М. : Агентство «Роспечать».

18 Секретарское дело : журнал. - М. : ООО «Деловые коммуникации».

19 Служба кадров и персонал : журнал. - М. : Агентство «Роспечать».

20 Собрание законодательства Российской Федерации : журнал. - М. : Агентство «Роспечать».

21 Справочник по управлению персоналом : журнал. - М. : Агентство «Роспечать».

22 Управление персоналом: журнал. 72035. - М. : ООО «Деловые коммуникации».

23 Управление развитием персонала : журнал. - М. : Агентство «Роспечать».

24 Управление человеческим потенциалом : журнал. - М. : ЗАО ИД «Гребенников».

25 Экономические науки : журнал. - М. : Агентство «Роспечать».

#### **5.4 Интернет-ресурсы**

1 Информационный портал научной электронной библиотеки. – Режим доступа: <http://elibrary.ru>.

2 Национальный цифровой ресурс Руконт. – Режим доступа: <http://rucont.ru>.

3 Толковые словари, энциклопедии, словари иноязычных слов, орфографические словари, этимологические словари, словарь синонимов. – Режим доступа: <http://slovari.yandex.ru>.

4 Административно-управленческий портал. – Режим доступа: <http://www.aup.ru>.

5 Электронная библиотечная система «Университетская библиотека онлайн». – Режим доступа: <http://www.biblioclub.ru>.

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

7 Коллекция тестов, помогающих оценить деловые и личные качества, психологическое состояние, по итогам анализа скорректировать поведение и изменить ситуацию. – Режим доступа: <http://www.businessstest.ru>.

8 Официальный сайт компании «Консультант Плюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.

9 Информационно – правовой портал «Гарант». – Режим доступа: <http://www.garant.ru>.

10 Электронная библиотека «GrebennikON» . – Режим доступа: <http://grebennikon.ru>.

11 Инфо-менеджмент. – Режим доступа: <http://infomanagement.ru>.

12 Информационный сайт по менеджменту. Теория и практика для студентов. – Режим доступа: <http://praktikmanager.ru>.

13 Национальный цифровой ресурс Руконт. – Режим доступа: <http://rucont.ru>.

14 Электронная библиотечная система [znanium.com](http://www.znanium.com) издательства «ИНФРА-М» . – Режим доступа: <http://www.znanium.com>.

15 Единое окно доступа к образовательным ресурсам. – Режим доступа: <http://window.edu.ru>.