

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное агентство по образованию

Государственное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«Оренбургский государственный университет»

Кафедра русской филологии и методики преподавания русского языка

А.А. Коробейникова

РЕЧЕВАЯ СЛУЖЕБНАЯ КУЛЬТУРА В ДЕЛОВЫХ ВЗАИМООТНОШЕНИЯХ

Методические указания к спецкурсу

Рекомендовано к изданию Редакционно-издательским советом
Государственного образовательного учреждения высшего
профессионального образования «Оренбургский государственный
университет»

Оренбург
ИПК ГОУ ОГУ
2011

УДК 808.5 (076.5)
ББК 81.2 – 5я7
К 68

Рецензент – доцент, кандидат педагогических наук Ю.Г. Пыхтина

Коробейникова, А.А.
К 68 Речевая служебная культура в деловых взаимоотношениях:
методические указания к спецкурсу / А.А. Коробейникова;
Оренбургский гос. ун-т. – Оренбург : ОГУ, 2011. – 40 с.

Методические указания состоят из общих методических указаний, указаний к отдельным темам, изучаемым в рамках спецкурса, планов проведения лекционных занятий, контрольных вопросов для подготовки к зачёту, образцов тестовых заданий и списка литературы, рекомендуемой для подготовки к зачёту.

Методические указания по курсу «Речевая служебная культура в деловых взаимоотношениях» предназначены для студентов, обучающихся на факультете экономики и управления по специальности 032401 – Реклама. Предлагаемые методические указания могут быть использованы также для проведения занятий по дисциплинам «Русский язык и культура речи», «Стилистика русского языка и культура речи», «Этика делового общения».

УДК 808.5 (076.5)
ББК 81.2 – 5я7
К 68

© Коробейникова А.А., 2011
© ГОУ ОГУ, 2011

Содержание

Введение.....	4
1 Методические указания преподавателям по проведению основных видов учебных занятий	6
2 Методические указания студентам по самостоятельной работе при изучении спецкурса	10
3 Тематический план изучения спецкурса.....	12
4 Тематика деловых игр.....	30
5 Литература, рекомендуемая для подготовки к зачёту	31
5.1 Основная литература.....	31
5.2 Дополнительная литература.....	32
5.3 Периодические издания.....	33
6 Контрольные вопросы по спецкурсу «Речевая служебная культура в деловых взаимоотношениях.....	34
7 Контрольные задания для самопроверки.....	35

Введение

В современной реальности специалист по рекламе – это профессионал, основным результатом деятельности которого является информирование потребителей, удовлетворение и формирование потребительских предпочтений, стимулирование спроса через создание рекламной продукции, оказание рекламных услуг, проведение рекламных кампаний и мероприятий, переводящих сущность, качество, особенности товаров и услуг, идей и явлений общественной жизни через систему художественных образов, символов, знаков на язык чувств и эмоций с учётом нужд и запросов потребителей. Специалист по рекламе призван к организации и проведению научных исследований в области рекламы, потребительских предпочтений и спроса; обеспечению эффективного функционирования рекламных агентств и рекламных служб предприятий и организаций как на внутреннем, так и на внешнем рынке; содействию социально-экономическому и культурному развитию общества; повышению качества и уровня жизни; стимулированию производства и сбыта; совершенствованию качества товаров и услуг.

В этой связи особую актуальность для специалистов в сфере рекламы приобретает высокая культура делового общения, во многом обеспечивающая эффективность их профессиональной деятельности.

Вышесказанное обуславливает потребность в том, чтобы научить будущих специалистов по рекламе основам служебной речевой культуры; определению стилистических недочётов и исправлению ошибок в составлении служебных документов; поиску путей преодоления конфликтных ситуаций; а также совершенствованию культуры письменной и устной речи.

Важная роль в реализации перечисленных задач принадлежит спецкурсу «Речевая служебная культура в деловых взаимоотношениях», который направлен на овладение средствами вербальной и невербальной коммуникации в пределах официально-делового стиля.

В рамках данного спецкурса представляется целесообразным ознакомление будущих специалистов по рекламе с историей становления переговорного процесса в рекламе, что позволяет формировать у первокурсников более полное представление о такой специфической профессиональной деятельности, как реклама.

На лекциях по данному спецкурсу студенты познакомятся с понятиями «деловое общение», «вербальные и невербальные средства общения», «коммуникативные барьеры», с основными принципами и правилами делового этикета.

1 Методические указания преподавателям по проведению основных видов учебных занятий

Преподавание спецкурса «Речевая служебная культура в деловых взаимоотношениях» на факультете экономики и управления призвано дать студентам следующие теоретические знания, обеспечивающие формирование умения будущих специалистов по организации эффективного речевого поведения в профессиональной деятельности:

- знание устных (монологических и диалогических) и письменных видов делового общения;
- знание и владение вербальными и невербальными средствами в различных коммуникативно-речевых условиях их профессиональной деятельности;
- знание о ведущих речевых тактиках в деловом взаимодействии, регламентирующих взаимоотношения людей и образующих специфическую систему;
- умение, связанное с организацией таких форм речевой коммуникации, как деловая беседа по телефону, деловая дискуссия, деловые переговоры, деловые совещания;
- навыки чистой, правильной, терминологически точной и выразительной речи, эффективно воздействующей на окружающих в процессе деловой коммуникации.

В ходе преподавания спецкурса применяется комплекс традиционных и современных методов обучения: анализ проблемной речевой ситуации, деловая игра как метод активного обучения, а также используются технические средства и компьютерные программы.

Процесс обучения включает в себя такие виды аудиторных занятий, как лекции и деловые игры, различные формы контроля и самоконтроля (выполнение контрольных заданий, проведение рубежного контроля,

консультации, собеседование, сдача в конце семестра зачёта), а также самостоятельную работу студентов.

Содержание лекционного материала направлено на решение следующих задач:

- осветить специфику речевой служебной культуры в сфере рекламы;
- ознакомить с этическими и культурными требованиями к публичному выступлению;
- ознакомить с некоторыми особенностями языка деловых бумаг и документов;
- научить редактировать и устранять типичные ошибки в языке деловых бумаг;
- сформировать умение по организации таких форм деловой коммуникации как переговоры, совещания, дискуссии в соответствии с основными принципами делового речевого этикета;
- сформировать умение поиска и оценки информации;
- развить у студентов потребность в самостоятельной работе с учебной и научной литературой по деловой коммуникации.

Главной задачей каждой лекции является раскрытие сущности темы и анализ её основных положений. Рекомендуется на первой лекции акцентировать внимание студентов на структуре курса и его разделах, а в дальнейшем указывать на начало каждого раздела (модуля), суть и его задачи, а, закончив изложение, подводить итог по этому разделу, чтобы связать его со следующим.

В современной действительности круг необходимых для работы в сфере рекламы знаний постоянно расширяется, а возможности их усвоения не беспредельны. В этой связи актуальной задачей становится не только умение отбирать необходимые знания, систематизировать их, но и умение преобразовывать эти знания, приближать их к профессиональным речевым ситуациям. Такое высокое качество усвоения теоретического материала становится возможно посредством формирования практических навыков

применения норм речевого общения в процессе моделирования конкретных речевых ситуаций, то есть с использованием деловых игр. Деловая игра как метод активного обучения позволяет моделировать различные производственные ситуации (совещание, переговоры, деловой телефонный разговор), проектировать способы речевых действий в условиях предложенных моделей, демонстрировать процесс систематизации теоретических знаний по решению определенной практической задачи.

Организация деловой игры на занятиях обеспечивает целенаправленную подготовку специалистов в области экономики, активизируя процесс обучения и связывая его с будущей профессиональной деятельностью. Исследователями установлено, что при лекционной подаче материала усваивается 20 % информационного материала, в то время как в деловой игре 90 % (по данным профессора В.И. Рыбальского). Таким образом, применение деловой игры в рамках спецкурса «Речевая служебная культура в деловых взаимоотношениях» является оптимальным методом обучения в условиях отсутствия семинарских и практических занятий.

Деловые игры проводятся при изучении разделов «Деловое общение в сфере рекламы» и «Этика и этикет делового общения» рассматриваемого спецкурса. Перечень данных тем носит рекомендательный характер и может быть расширен по обоюдному желанию преподавателя и студентов учебной группы.

Так, в теме «Деловое совещание» лектор раскрывает содержание понятия «деловое совещание», указывает на особенности, отличающие данный жанр деловой коммуникации от деловой беседы и деловых переговоров, перечисляет и характеризует виды деловых совещаний, обозначает структуру, последовательно описывая этапы и наполняя их возможными стереотипными формулировками. Отдельно рассматривается содержание и оформление повестки. Лектор акцентирует внимание студентов на таких важных моментах делового совещания, как время и место проведения, число участников и регламент, роли председательствующего и

участников совещания. Предлагается несколько учебных ситуаций с самостоятельным распределением ролей студентами. Далее они демонстрируют подготовленное ими деловое совещание.

Представляется, что подобная организация занятия позволяет максимально приблизить процесс обучения к практической деятельности будущих специалистов. Принятие управленческих решений в смоделированном деловом совещании осуществляется студентами, выполняющими различные роли (председательствующий, участники, секретарь и проч.), а поскольку интересы разных ролей не совпадают, то иногда решение приходится принимать в условиях конфликтной речевой ситуации, и следовательно, возникает необходимость в поиске компромисса.

Организация и проведение делового совещания в группе численностью 15-20 студентов является коллективным методом обучения. В процессе такой игры формируется коллективное мнение при защите мнения своей группы игроков и критики другой группы. Данное обстоятельство обуславливает потребность в обосновании высказываний, то есть в аргументирующем публичном выступлении студентов.

В конце занятия преподаватель подводит итоги: указывает на достижение/недостижение поставленных студентами целей, отмечает положительные/отрицательные моменты, кратко анализирует выступления участников, высказывает пожелания, способствующие эффективности деловой игры.

Оценивая деятельность и степень участия каждого студента в процессе организации и проведения делового совещания, преподаватель может получить достаточно полную картину профессиональных и личностных качеств участников, их готовность к профессиональной деятельности и к решению управленческих задач. Кроме этого, оценивание знаний студентов непосредственно в процессе деловой игры позволяет значительно сократить время на проведение специального текущего контроля знаний.

Формой окончательного контроля знаний по спецкурсу может быть зачёт в виде подготовки фрагмента служебного диалога/монолога в соответствии с заданной речевой ситуацией. В ходе подготовки данной публичной речи каждому из студентов предлагается выступить в различных социальных ролях и должностях. Идеальным является приглашение на такой зачёт практикующего специалиста в сфере рекламы (преподавателя (-ей) кафедры маркетинга и коммерции), привлекаемого для комментирования и критики студенческих выступлений наряду с преподавателями курса.

С целью закрепления пройденного материала рекомендуется использовать просмотр фрагментов фильмов по соответствующей тематике, решать тестовые задания, а также организовывать научную работу студентов посредством подготовки докладов и сообщений на студенческие научно-практические конференции.

2 Методические указания студентам по самостоятельной работе при изучении спецкурса

Успешное усвоение спецкурса предполагает активное, творческое участие студента путём планомерной, повседневной работы. Изучение дисциплины следует начинать с проработки настоящих методических указаний, особое внимание уделяя целям и задачам, структуре и содержанию курса. Ведущей формой обучения является лекция, представляющая собой систематическое, последовательное устное изложение лектором учебного материала. В процессе чтения лекции преподаватель излагает суть, обозначает многообразие точек зрения по отдельным проблемам курса и аргументирует наиболее правильную из них, привнося элементы эмоциональности и творчества в общение с аудиторией.

В конспекте лекции вначале записываются дата и тема занятия. Далее записывается план занятия, список литературы, указанный преподавателем. Начинается конспект с записи вопроса в соответствии с планом занятия.

Определения и понятия, составляющие суть излагаемого вопроса, целесообразно маркировать цветом или изменением шрифта. В ходе изложения лекционного материала не пытайтесь дословно записать все, что говорит преподаватель. Старайтесь понять главную мысль и записать её кратко, тезисно, сопроводив перечнем основных аргументов. В процессе записи можно употреблять общепринятые и собственные сокращения слов, используя их первый раз полностью. Завершить конспект следует выводами.

Прочитайте конспект сразу после занятий. Отметьте материал конспекта лекции, который вызывает затруднения для понимания. Попытайтесь найти ответы на затруднительные вопросы, используя рекомендуемую литературу. Если самостоятельно не удалось разобраться в материале, сформулируйте вопросы и обратитесь на текущей консультации или на ближайшей лекции за помощью к преподавателю.

Каждую неделю следует повторять изученный материал, проверяя свои знания, умения и навыки по контрольным вопросам и тестам. Для успешного изучения спецкурса необходимо выполнять письменно все задания и решать задачи, предлагаемые по теме. Для успешного ответа целесообразно обращаться к рекомендуемой преподавателем литературе.

Для успешной учебной и будущей профессиональной деятельности важно воспитывать культуру слушания. С этой целью следует внимательно слушать выступления сокурсников, соотнося их мнение с собственными суждениями. Активно участвуйте в обсуждении рассматриваемых вопросов, в том числе путём высказывания собственной точки зрения с обоснованием.

Следует помнить, что устный ответ студента на занятии является жанром учебно-научного подстиля научного стиля. По этой причине в ходе выступления студент должен всесторонне и полно осветить вопрос, привести мнения разных авторов по освещаемой проблеме, высказать собственную точку зрения. Основным источником подготовки является конспект лекции, однако, не допускается механическое воспроизведение содержания конспекта без его творческого осмысления и сопоставления с практикой.

Помните, что письменный/устный ответ на занятия и активная работа в процессе изучения/обсуждения рассматриваемого материала позволяют преподавателю судить о качестве знаний студента по изучаемой дисциплине.

3 Тематический план изучения спецкурса

Таблица 1

Тема лекции	Количество часов
1	2
1 История становления переговорного процесса в рекламе	2
2 Виды и цели делового общения в рекламной деятельности	2
3 Ведение деловой беседы	2
4 Обоснование выдвигаемых положений как основной этап деловой беседы	2
5 Этап завершения деловой беседы	2
6 Деловые переговоры	2
7 Деловые совещания	2
8 Деловые дискуссии	2
9 Некоторые особенности языка деловых бумаг и документов	2
10 Редактирование и устранение типичных ошибок в языке деловых бумаг	4
11 Служебные документы: типология, образцы, языковое оформление	6
12 Этические принципы и нормы в деловых отношениях	2
13 Визитная карточка в деловой жизни	2

Продолжение таблицы 1

1	2
14 Этика в служебных взаимоотношениях	2
Итого	34

Лекция 1 История становления переговорного процесса в рекламе

Реклама как составляющая современной науки о речевом воздействии. Реклама как наука об эффективном воздействии на реципиента в СМИ, публичном или прямом личном общении в целях продвижения товара или услуги на рынке. Вербальное/невербальное речевое воздействие.

Эффективный текст как основной компонент рекламы. Правила подготовки устного рекламного выступления.

Реклама в Древних цивилизациях. Реклама в Средневековье. Основоположники обучения переговорам (Франсуа де Каллере, де Феличе).

Побуждение собеседника к общению как способ создания поля возможностей для дальнейшего делового обсуждения и принятия решения.

Литература основная

- 1 Ломова, О.С. Деловое общение специалиста по рекламе : учеб. пособие для вузов / О.С. Ломова . - Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2008. - 239 с.
- 2 Реклама: язык, речь, общение : учеб. пособие для вузов / под ред. О.Я. Гойхмана, В.М. Лейчика . - М. : ИНФРА-М, 2008. - 288 с.
- 3 Стернин, И.А. Практическая риторика : учеб. пособие для вузов / И.А. Стернин . - 5-е изд., стер. - М. : Академия, 2008. - 270 с.

Литература дополнительная

- 1 Ученова, В.В. История рекламы или метаморфозы рекламного образа : учеб. для вузов / В. В. Ученова, Н. В. Старых . - М. : ЮНИТИ, 1999. - 336 с. : ил.. - (Мир рекламы)

Лекция 2 Виды и цели делового общения в рекламной деятельности

Понятие *деловое общение*. Функции (коммуникативная, интерактивная, перцептивная), уровни (манипулятивный, перцептивный, высший).

Деловое общение как способ обмена информацией. Виды делового общения. Устное и письменное деловое общение. Монологические (приветственная речь, торговая речь (реклама), информационная речь, доклад) и диалогические (деловая беседа, коммерческие переговоры, деловая дискуссия, деловое совещание, деловой разговор (контактный и дистантный/телефонный), интервью, пресс-конференция) виды устного делового общения. Документы как ядро письменного вида делового общения. Виды делового общения по содержанию (материальное, когнитивное, мотивационное, деятельностное) и по средствам общения (непосредственное/опосредованное, прямое/косвенное).

Риторика как составляющая культуры делового общения. Из истории риторики. Риторические тропы как средство выражения эмоциональности. Риторический инструментарий деловой речи (факторы, влияющие на эффективность деловой речи). Техника речи.

Литература основная

1 Баева, О.А. Ораторское искусство и деловое общение : учеб. пособие / О. А. Баева. - 2-е изд., испр. - Минск : Новое знание, 2001. - 328 с.

2 Балыхина, Т.М. Русский язык и культура речи [Электронный ресурс] / Т.М. Балыхина, М.В. Лысякова, М.А. Рыбаков . - Электрон. дан. - М. : Рос. ун-т дружбы народов, [Б. г.]. - 1 электрон. опт. диск (CD-ROM); 12 см. - Загл. с диска.

3 Реклама: язык, речь, общение : учеб. пособие для вузов / под ред. О.Я. Гойхмана, В.М. Лейчика . - М. : ИНФРА-М, 2008. - 288 с.

Лекция 3 Ведение деловой беседы

Коммуникативная позиция как степень авторитетности отдельного участника общения для собеседников, степень влиятельности его речи в конкретной ситуации общения. Способы и приёмы усиления коммуникативной позиции (повтор обращения, повышенная эмоциональность речи, приближение к собеседнику, открытые жесты и проч.). Основные способы речевого воздействия на личность (доказывание, убеждение, уговаривание, клянченье, внушение, просьба, приказ, принуждение).

Определение понятия *деловая беседа*. Основной принцип проведения деловой беседы. Цели и структура.

Этап подготовительных мероприятий. Выбор места проведения деловой беседы. Схема подготовки к деловой беседе: планирование, сбор материала и его обработка, анализ материала и его редактирование.

Второй этап – начало беседы. Приемы начала беседы (приём снятия напряженности, приём «зацепки», приём стимулирования, приём прямого подхода).

Третий этап – информирование присутствующих. Вопросы и ответы как основа деловой беседы. Виды вопросов и ответов. Культура построения диалога и особый навык задавать вопросы и отвечать на них. Ошибки при постановке вопросов.

Литература основная

1 Баева, О.А. Ораторское искусство и деловое общение : учеб. пособие / О.А. Баева.- 2-е изд., испр. - Минск : Новое знание, 2001. - 328 с.

2 Балыхина, Т.М. Русский язык и культура речи [Электронный ресурс] / Т.М. Балыхина, М.В. Лысякова, М.А. Рыбаков . - Электрон. дан. - М. : Рос. ун-т дружбы народов, [Б. г.]. - 1 электрон. опт. диск (CD-ROM); 12 см. - Загл. с диска.

3 Стернин, И.А. Практическая риторика : учеб. пособие для вузов / И.А. Стернин. - 5-е изд., стер. - М. : Академия, 2008. - 270 с.

Литература дополнительная

1 Денисова, И.В. Задать вопрос. Держать ответ / И.В. Денисова // Справочник секретаря и офис-менеджера. - 2009. - № 12. - С. 9-12.

2 Мозолева, Е. Урок делового общения / Е. Мозолева // Спрос. - 2004. - № 2. - С. 67.

3 Фионова, Л.Р. Умение вести беседу - важная составная часть авторитета делового человека / Л.Р. Фионова // Секретарское дело. - 2005. - № 9. - С. 51-58.

Лекция 4 Обоснование выдвигаемых положений как основной этап деловой беседы

Определение понятий *аргумент, аргументация, аргументирование*. Основные конструкции в аргументировании: аргументация и контраргументация.

Виды аргументов. Логические и психологические приёмы аргументации. Логические приёмы аргументации (аргумент к делу, аргумент из опыта, доказательство от противного, аргумент к суждению, аподиоксис (изгнание прочь), аргумент от абсурдного (сведение к абсурду), аргумент к уступке, стратегия маневра, обоюдоострый аргумент, пример в противоположность, доказательство к более сильному, аргумент к незнанию).

Психологические приёмы аргументации (пафос (страсть), аргументы к человеку, аргументы к жалости, аргументы к публике, аргументы к тщеславию, аргументы из народного единодушия).

Основные методы аргументирования (фундаментальный метод, метод противоречия, метод извлечения выводов, метод сравнения, метод «да, но»,

метод кусков, метод «бумеранга», метод игнорирования, метод опроса, метод видимой поддержки).

Три уровня фазы аргументирования (уровень главных аргументов, уровень вспомогательных аргументов, уровень фактов, с помощью которых доказываются все положения).

Несколько правил для большей убедительности аргументации. Основные логические законы и их применение в деловой речи.

Литература основная

1 Ивин, А.А. Риторика: искусство убеждать: учеб. пособие / А.А. Ивин . - М. : ФАИР-ПРЕСС, 2003. - 304 с.

2 Филиппов, А.В. Публичная речь в понятиях и упражнениях : учеб. пособие для вузов / А.В. Филиппов, Н.Н. Романова. - М.: Академия, 2002. - 160 с.

3 Хазагеров, Г.Г. Риторика для делового человека : учебное пособие / Г.П. Хазагеров, Е.Е. Корнилова. - М.: Флинта, 2001. - 136 с.

Лекция 5 Этап завершения деловой беседы

Этап заключительной части деловой беседы. Приёмы ускорения принятия решения («прямое ускорение», «косвенное ускорение», гипотетический подход, поэтапные решения, альтернативные решения, ключевой вопрос).

Фиксация договоренности и выход из контакта. Самоанализ итогов и хода встречи.

Деловая беседа, связанная с приёмом на работу (цель и основные этапы, образ интервьюера и соискателя вакантной должности, возможные вопросы и ответы).

Литература основная

- 1 Баева, О.А. Ораторское искусство и деловое общение : учеб. пособие / О.А. Баева.- 2-е изд., испр. - Минск : Новое знание, 2001. - 328 с.
- 2 Зарецкая, Е.Н. Деловое общение : учебник : в 2 т. / Е.Н. Зарецкая . - 2-е изд., испр. и доп. - М. : Дело, 2004. - Т.1 . - 696 с.; Т.2 . - 720 с.

Литература дополнительная

- 1 Емышева, Е.М. Особенности ведения деловых бесед / Е.М. Емышева, О.В. Мосягина // Секретарское дело. - 2005. - № 1. - С. 70-73.
- 2 Мозолева, Е. Урок делового общения / Е. Мозолева // Спрос. - 2004. - № 2. - С. 67.
- 3 Мозолева, Е. Бизнес по этикету / Елена Мозолева // Спрос. - 2005. - № 9. - С. 66-67.
- 4 Эрнст, О. Слово предоставлено Вам = Reden müssen Reden Können : практ. рекомендации по ведению деловых бесед и переговоров: пер. с нем. / О. Эрнст. - М. : Экономика, 1988. - 141 с.

Лекция 6 Деловые переговоры

Определение понятия *деловые переговоры*. Ведущие речевые тактики и стратегии в деловом взаимодействии (сотрудничество, противодействие (подавление), компромисс, избегание).

Типичные ошибки, допускаемые в переговорах. Рекомендации, способствующие эффективному общению. Механизмы активного слушания (открытость (вербальные/невербальные средства выражения открытости), уточнение, отражение чувств собеседника, перефразирование, отражающее перефразирование).

Проксемика как наука о временной и пространственной организации общения. Четыре основные дистанции общения (интимная, межличностная, официально-деловая/социальная, публичная). Способы размещения

участников (угловое расположение, позиция делового взаимодействия, конкурирующе-оборонительная позиция, независимая позиция).

Литература основная

1 Гойхман, О.Я. Речевая коммуникация : учебник для вузов / О.Я. Гойхман, Т.М. Надеина .- 2-е изд., перераб. и доп. - М. : ИНФРА-М, 2008. - 272 с. - Библиогр.: с. 269-270.

2 Психология и этика делового общения : учеб. для вузов / под ред. В.Н. Лавриненко.- 5-е изд., перераб. и доп. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2010. - 416 с.

Литература дополнительная

1 Возвахова, Л. ТОП-30 ляпов, допускаемых в переговорах / Людмила Возвахова // Секретарское дело. - 2009. - №№ 10, 11.

2 Гордеева, Э. Если вы ведете переговоры с иностранным поставщиком / Э. Гордеева // Современная торговля. - 2007. - № 3. - С. 52-57.

3 Закарян, Г. Этика и регламент переговоров с "топами" / Г. Закарян // Управление персоналом. - 2010. - № 13 (239). - С. 61-62.

4 Закашанский, М.Л. Переговоры - это всегда противостояние, а иногда искусство / М.Л. Закашанский, А.Ю. Кулик; беседовали И. Мамонова, Г. Спирин // Управление персоналом. - 2009. - № 23 (225). - С. 33-35.

5 Караяни, А.Г. Психология общения и переговоров в экстремальных условиях : учеб. пособие для вузов / А.Г. Караяни, В.Л. Цветков . - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2009. - 248 с. : ил.. - Терминолог. слов.: с. 233-241.

6 Кристофор, Д. Проверяйте информацию накануне деловых переговоров : российские хакеры - условность или срок? / Дмитрий Кристофор // Секретарское дело. - 2010. - № 11. - С. 33-37.

7 Майоров, А. Комфортные переговоры: как обустроить комнату, предназначенную для общения / Александр Майоров // Маркетолог. - 2007. - № 4. - С. 55-57. - Ил.

8 Попова, Ж.Г. Межнациональные особенности ведения деловых переговоров: социокультурный аспект // Менеджмент в России и за рубежом. - 2003. - № 1. - С.117-121.

9 Талпалацкая, В.К. Переговоры для тех, кто начинает изучать английский / В.К. Талпалацкая // Справочник секретаря и офис-менеджера. - 2007. - № 8. - С. 56-63.

10 Федоров, С. Баланс интересов при непротивлении сторон / Сергей Федоров, Денис Потираловский // Секретарское дело. - 2010. - № 2. - С. 39-45.

11 Черри, Дж. Нет возражений? : а есть ли клиент? / Джеймс Черри // Маркетолог. - 2007. - № 5. - С. 39-40 .

12 Шеламова, Г.М. Деловая культура и психология общения : учебник / Г.М. Шеламова .- 6-е изд., стер. - М. : Академия, 2007. - 160 с.

Лекция 7 Деловое совещание

Определение понятия *деловое совещание*, цель и виды. Структура (композиция) делового совещания: этапы и возможные фразы.

Основные моменты совещания (цель, тема, повестка, время, число участников, правила речевого поведения, цели руководителя, порядок выступления, регламент).

Комплимент и культура критики. Рекомендации руководителю по тактике разговора с подчиненным, когда требуется вслух оценить его деловые качества.

Литература основная

1 Балыхина, Т.М. Русский язык и культура речи [Электронный ресурс] / Т.М. Балыхина, М.В. Лысякова, М.А. Рыбаков . - Электрон. дан. - М. : Рос. ун-т дружбы народов, [Б. г.]. - 1 электрон. опт. диск (CD-ROM); 12 см. - Загл. с диска.

2 Психология и этика делового общения : учеб. для вузов / под ред. В.Н. Лавриненко.- 5-е изд., перераб. и доп. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2010. - 416 с.

Литература дополнительная

1 Егудкин, В.А. Что же такое успешное совещание? / В.А. Егудкин // Секретарское дело. - 2003. - № 12. - С.73-76.

2 Игнатенко, И.И. Особенности культуры современного делового общения / И.И. Игнатенко // Вопросы культурологии. - 2009. - № 2 (февраль). - С. 67-69.

3 Эллер, О. После какой критики вам скажут "спасибо"? / О. Эллер // Кадры предприятия. - 2006. - № 2. - С. 49-52.

Лекция 8 Деловые дискуссии

Определение понятия *деловая дискуссия*. Виды деловой дискуссии (массовая и групповая). Диалог как основное коммуникативное средство ведения дискуссии. Целесообразная организация пространственной среды.

Роль ведущего в деловой дискуссии.

Типичные затруднения при публичном выступлении.

Литература основная

1 Баева, О.А. Ораторское искусство и деловое общение : учеб. пособие / О. А. Баева.- 2-е изд., испр. - Минск : Новое знание, 2001. - 328 с.

2 Балыхина, Т.М. Русский язык и культура речи [Электронный ресурс] / Т.М. Балыхина, М.В. Лысякова, М.А. Рыбаков . - Электрон. дан. - М. : Рос. ун-т дружбы народов, [Б. г.]. - 1 электрон. опт. диск (CD-ROM); 12 см. - Загл. с диска.

3 Реклама: язык, речь, общение : учеб. пособие для вузов / под ред. О. Я. Гойхмана, В. М. Лейчика . - М. : ИНФРА-М, 2008. - 288 с. - (Высшее образование).

Литература дополнительная

1 Гойхман, О.Я. Организация и проведение мероприятий : учеб. пособие для вузов / О.Я. Гойхман . - М. : ИНФРА-М, 2008. - 120 с.

2 Денисова, И.В. Убедить и аргументировать / И.В. Денисова // Справочник секретаря и офис-менеджера. - 2009. - № 11. - С. 6-11.

3 Кирьянова, Е.Н. Эффективное деловое общение / Е.Н. Кирьянова // Секретарское дело. - 2004. - № 1. - С. 45-49.

4 Коноваленко, М. Понимание - проблема делового общения, или если ты понял человека, ты знаешь и как его убедить. // Управление персоналом. - 2004. - № 6. - С. 59-62.

Лекция 9 Некоторые особенности языка деловых бумаг и документов

Текст документа как результат речевой деятельности. Механизмы создания высказывания официально-делового стиля и способы его распространения.

О языковой культуре человека. О правильном значении слов, их лексической сочетаемости при формировании фразы и предложений в тексте.

Специальные языковые средства в деловых бумагах.

Нарушение функционально-стилевой нормы. Канцеляриты.

Литература основная

1 Балыхина, Т.М. Русский язык и культура речи [Электронный ресурс] / Т.М. Балыхина, М.В. Лысякова, М.А. Рыбаков . - Электрон. дан. - М. : Рос. ун-т дружбы народов, [Б. г.]. - 1 электрон. опт. диск (CD-ROM); 12 см. - Загл. с диска.

2 Колокольцева, Т.Н. Коммуникативная точность в текстах договоров / Т.Н. Колокольцева // Делопроизводство. - 2003. - № 4. - С.74-76.

3 Муравьева, Н.В. Правила и исключения делового языка / Н.В. Муравьева // Русская речь. - 2005. - № 1. - С. 69-72.

4 Русский язык и культура речи : учеб. пособие / под ред. О.Я. Гойхмана . - М. : ИНФРА-М, 2003. - 192 с.

Литература дополнительная

1 Есина, Л.В. Языковые нормы делового языка / Л.В. Есина // Секретарское дело. - 2008. - № 3. - С. 42-55.

2 Кузьмина, Е.Ю. Особенности организации высказывания официально-делового стиля / Е.Ю. Кузьмина // Русский язык в школе. - 2009. - № 2. - С. 67-71.

Лекция 10 Редактирование и устранение типичных ошибок в языке деловых бумаг

Основные этапы редактирования деловых бумаг и служебных документов. Первичное ознакомление с текстом документа. Проверка фактического материала. Собственно редактирование документа.

Типичные лексические ошибки в деловых бумагах. Типичные грамматические ошибки в деловых бумагах. Употребление фразеологизмов в деловой речи. Некоторые правила использования сокращений в текстах документов. Правописание названий организаций и учреждений.

Некоторые элементы административного речевого этикета.

Литература основная

1 Культура устной и письменной речи делового человека : справочник-практикум для самообразования / Н.С. Водина [и др.] .- 13-е изд. - М. : Наука : Флинта, 2006. - 315 с

2 Розенталь, Д.Э. Справочник по правописанию, произношению, литературному редактированию / Д.Э. Розенталь, Е.В. Джанджакова, Н.П. Кабанова .- 3-е изд., испр.. - М. : ЧеРо, 1999. - 400 с.

Литература дополнительная

- 1 Малетина, Е. Как прикажете вас понимать? / Елена Малетина // Секретарское дело. - 2010. - № 9. - С. 24-26.
- 2 Реклама: язык, речь, общение : учеб. пособие для вузов / под ред. О.Я. Гойхмана, В.М. Лейчика . - М. : ИНФРА-М, 2008. - 288 с.

Лекция 11 Служебные документы: типология, образцы, языковое оформление

Определение понятий *документ*, *служебный документ*. Виды документов.

Личные документы. Заявление (расположение частей заявления, оформление наименования адресата, клишированные формы). Доверенность (расположение частей доверенности, клишированные формы).

Распорядительные документы (постановление, распоряжение, приказ). Структура распорядительного документа (констатирующая часть, распорядительная часть, клишированные формы).

Административно-организационные документы (контракт или договор). Правила рубрицирования.

Информационно-справочные документы (справки, докладные, объяснительные записки).

Виды деловых писем. Логико-смысловые блоки писем.

Литература основная

- 1 Веселов, П.В. Аксиомы делового письма : культура делового общения и официальной переписки / П.В. Веселов .- 4-е изд., перераб. - М. : Маркетинг, 1993. - 74 с.

2 Культура устной и письменной речи делового человека : справочник-практикум для самообразования / Н.С. Водина [и др.] . - 13-е изд. - М. : Наука : Флинта, 2006. - 315 с.

3 Теплицкая, Т.Ю. Все виды деловой корреспонденции : правила составления и оформления / Т.Ю. Теплицкая . - Ростов-на-Дону : Феникс, 2007. - 183 с.

Литература дополнительная

1 Анодина, Н.Н. Деловое письмо: методика составления и правила оформления : практ. пособие / Н.Н. Анодина . - 4-е изд., испр. доп. - М. : Омега - Л, 2009. - 95 с.

2 Балакин, К. Электронная деловая переписка / Константин Балакин // Секретарское дело. - 2010. - № 9. - С. 28-30.

3 Гурьева, Н.Ю. Деловое письмо: диалог или монолог? / Н.Ю. Гурьева // Русская речь. - 2005. - № 4. - С. 55-59.

4 Иванов, А. Переписка : самый простой и самый игнорируемый вид рекламы / Алексей Иванов // Маркетолог. - 2009. - № 11. - С. 30-32.

5 Карепина, А. Пишите - и вас услышат : Survival Business Writing / А. Карепина // Секретарское дело. - 2008. - № 12. - С. 49-52.

6 Кирсанова, М.В. Деловая переписка : учеб. пособие для вузов / М.В. Кирсанова, Н.Н. Анодина, Ю.М. Аксенов . - М. ; Новосибирск : ИНФРА-М : Сиб. соглашение, 2001. - 92 с.

7 Колтунова, М.В. Деловое письмо. Что нужно знать составителю / М.В. Колтунова . - М. : Дело, 2000. - 112 с.

8 Лагутина, Т.М. Деловое письмо : справочник / Т.М. Лагутина, Л.П. Щуко . - 2-е изд., перераб. и доп. - СПб. : Издат. дом Герда, 2004. - 432 с.

9 Михалкина, И.В. Отвечаем на письмо-поздравление / И.В. Михалкина // Справочник секретаря и офис-менеджера. - 2006. - № 8. - С. 52-55.

10 Михалкина, И.В. Стратегии и тактики деловой переписки. Как написать письмо-приглашение / И.В. Михалкина, С.А. Бабешко // Справочник секретаря и офис-менеджера. - 2006. - № 12. - С. 60-64.

11 Михалкина, И.В. Стратегии и тактики деловой переписки. Пишем ответные письма на письма-приглашения / И.В. Михалкина, С.А. Бабешко // Справочник секретаря и офис-менеджера. - 2007. - №№ 1-3.

12 Михалкина, И.В. Переписка по исполнению договора / И.В. Михалкина, С.А. Бабешко // Справочник секретаря и офис-менеджера. - 2007. - №№ 4-12.

13 Михалкина, И.В. Переписка по исполнению договора / И.В. Михалкина, С.А. Бабешко // Справочник секретаря и офис-менеджера. - 2008. - №№ 1-7.

14 Михалкина, И.В. Переписка по исполнению договора / И.В. Михалкина, С.А. Бабешко // Справочник секретаря и офис-менеджера. - 2008. - №№ 1,2.

15 Михалкина, И.В. Письма-благодарности в ответ на поздравления-адреса по случаю юбилея организации / И.В. Михалкина, С.А. Бабешко // Справочник секретаря и офис-менеджера. - 2008. - № 10. - С. 60-64.

16 Михалкина, И.В. Письма-благодарности в ответ на поздравления-адреса по случаю юбилея руководителей/сотрудников организаций-партнеров / И.В. Михалкина, С.А. Бабешко // Справочник секретаря и офис-менеджера. - 2009. - № 1. - С. 67-72. - Продолж. Начало: №№ 11,12, 2008.

17 Михалкина, И.В. Выражение извинения в официально-деловых письмах / И.В. Михалкина // Справочник секретаря и офис-менеджера. - 2010. - №№ 4-9.

Лекция 12 Этические принципы и нормы в деловых отношениях

Определение понятий *этикет, речевой этикет, деловой этикет*. Из истории этикета. Принципы делового речевого этикета.

Эффективное деловое общение. Общение на работе: некоторые вопросы этикета обращения. Вежливый отказ. Лингвистические конфликтогены. Техники разрешения конфликтов в деловой дискуссии.

О правилах успешного общения рекламных агентств с клиентами.

Литература основная

1 Балыхина, Т.М. Русский язык и культура речи [Электронный ресурс] / Т.М. Балыхина, М.В. Лысякова, М.А. Рыбаков . - Электрон. дан. - М. : Рос. ун-т дружбы народов, [Б. г.]. - 1 электрон. опт. диск (CD-ROM); 12 см. - Загл. с диска.

2 Ботавина, Р.Н. Этика деловых отношений : учеб. пособие для вузов / Р.Н. Ботавина . - М. : Финансы и статистика, 2002. - 208 с.

Литература дополнительная

1 Алексеева, С.И. Искусство нравиться : (Практический курс) / С.И. Алексеева // Секретарское дело. - 2003. - №№ 7-11.

2 Игнатенко, И.И. Особенности культуры современного делового общения / И.И. Игнатенко // Вопросы культурологии. - 2009. - № 2 (февраль). - С. 67-69.

3 Кирьянова, Е.Н. Эффективное деловое общение / Е.Н. Кирьянова // Секретарское дело. - 2004. - № 1. - С. 45-49.

4 Кравченко, О. Учись говорить "НЕТ", или Ноу-хау вежливого отказа / Оксана Кравченко // Делопроизводство и документооборот на предприятии. - 2010. - № 4. - С. 88-95.

5 Логинова, А.С. Общение на работе: некоторые вопросы этикета обращения / А.С. Логинова // Секретарское дело. - 2004. - № 3. - С. 33-36.

6 Мосеев, Р.Н. Тяжелая ноша делового этикета / Р.Н. Мосеев // Секретарское дело. - 2004. - № 3. - С. 29-32.

7 Ратмайр, Р. "Новая русская вежливость" - мода делового этикета или коренное прагматическое изменение? / Р. Ратмайр // Вопросы языкознания, 2009. - № 1. - С. 63-81.

8 Симагин, А.В. "К сожалению, я не могу..." : (Вежливый отказ как техника и искусство) / А.В. Симагин // ЭКО. Экономика и организация промышленного производства. - 2003. - № 5. - С.186-189.

9 Харитонова, Я. Передайте это своему агентству! / Я. Харитонова // Рекламодатель: теория и практика. - 2008. - № 3. - С. 54-56.

Лекция 13 Визитная карточка в деловой жизни

Визитная карточка как неперенный атрибут современного делового человека. Определение, виды, функции визитной карточки. Из истории визитной карточки. Рекомендации к использованию.

Языковое оформление визитной карточки. Письмо как одна из функций визитной карточки.

Знакомство, представление, поздравление с использованием визитной карточки.

Литература основная

1 Ботавина, Р.Н. Этика деловых отношений : учеб. пособие для вузов / Р.Н. Ботавина . - М. : Финансы и статистика, 2002. - 208 с.

2 Крылова, Ю. История визитной карточки / Ю. Крылова // Управление персоналом. - 2008. - № 15 (193). - С. 73.

3 Логинова, А.С. Представление и знакомство в процессе делового общения / А.С. Логинова // Секретарское дело. - 2004. - № 5. - С. 56-58.

Литература дополнительная

1 Гудкова, М.А. Ваша визитная карточка - основа вашего делового имиджа / М.А. Гудкова // Секретарское дело. - 2008. - № 8. - С. 58-64.

2 Закарян, Г. К вам граф Орловский! С визиткой / Г. Закарян // Секретарское дело. - 2009. - № 5. - С. 33-35.

3 Логинова, А.С. Визитная карточка как атрибут деловой жизни / А.С. Логинова // Секретарское дело. - 2004. - № 7. - С. 71-74.

4 Логинова, А.С. Приветствие как самая распространенная форма проявления вежливости / А.С. Логинова // Секретарское дело. - 2004. - № 6. - С. 54-58.

5 Сироткина, И.В. Визитная карточка / И.В. Сироткина // Делопроизводство и документооборот на предприятии. - 2007. - № 2. - С. 90-95.

Лекция 14 Этика в служебных взаимоотношениях

Этика делового телефонного разговора. Рекомендации по деловой этике телефонных разговоров.

Логико-смысловые части протокольно-этикетных выступлений.

Литература основная

1 Балыхина, Т.М. Русский язык и культура речи [Электронный ресурс] / Т.М. Балыхина, М.В. Лысякова, М.А. Рыбаков. - Электрон. дан. - М. : Рос. ун-т дружбы народов, [Б. г.]. - 1 электрон. опт. диск (CD-ROM); 12 см. - Загл. с диска.

2 Ботавина, Р.Н. Этика деловых отношений : учеб. пособие для вузов / Р.Н. Ботавина. - М. : Финансы и статистика, 2002. - 208 с.

Литература дополнительная

1 Антонова, В.П. Рекомендации по деловой этике телефонных разговоров / В.П. Антонова // Делопроизводство и документооборот на предприятии. - 2007. - № 8. - С. 76-88.

2 Мавлютова, Г.Ш. Деловой этикет : (Тест для самопроверки) / Г.Ш. Мавлютова // Секретарское дело. - 2003. - № 11(40). - С.52.

3 Маслова, Е.Л. Телефонный этикет / Е.Л. Маслова // Справочник секретаря и офис-менеджера. - 2007. - №№ 6-8.

4 Михалкина, И.В. Поздравления по случаю вручения различного рода наград и признания профессиональных заслуг / И.В. Михалкина // Справочник секретаря и офис-менеджера. - 2006. - №№ 5-7, 10.

5 Михалкина, И.В. Поздравительные адреса по случаю юбилея руководителей, сотрудников организаций-партнеров / И.В. Михалкина, С.А. Бабешко // Справочник секретаря и офис-менеджера. - 2008. - № 8-12.

6 Михалкина, И.В. Поздравления по случаю профессиональных праздников / И.В. Михалкина // Справочник секретаря и офис-менеджера. - 2010. - № 1. - С. 72-76. - Продолж. Начало: №№ 1-2, 4-12, 2009.

7 Михалкина, И.В. Поздравление российских коллег с Новым годом и Рождеством / И.В. Михалкина // Справочник секретаря и офис-менеджера. - 2010. - №№ 10,11.

8 Морозова, Ю.С. Телефонная беседа: как вызвать симпатии потребителя? / Ю. Морозова // Маркетинг. - 2004. - № 3. - С. 106-113.

9 Мосеев, Р.Н. Телефонный этикет / Р.Н. Мосеев // Секретарское дело. - 2005. - № 3. - С. 53-56.

10 Орлова, М. "Команда двух". "Скажи, что меня нет": трудности перевода / Марина Орлова // Секретарское дело. - 2009. - № 12. - С. 76-80.

11 Сукиасян, Э. Научитесь пользоваться телефоном / Эдуард Сукиасян // Библиотека. - 2010. - № 2. - С. 39-40.

12 Тосты в застолье деловых людей / Фэн Хунмэй // Актуальные проблемы современной науки. - 2006. - № 2. - С. 44-45.

13 Урусова, Л. Как помочь шефу выступить перед аудиторией и не выглядеть при этом слишком смешным / Людмила Урусова // Секретарское дело. - 2010. - № 9. - С. 19-23.

4 Тематика деловых игр

- 1 Деловая беседа, связанная с приёмом на работу.
- 2 Деловое совещание.

- 3 Деловой телефонный разговор.
- 4 Представление, знакомство (с использованием личной/деловой визитной карточки).

5 Литература, рекомендуемая для подготовки к зачёту

5.1 Основная литература

- 5.1.1 Баева, О.А. Ораторское искусство и деловое общение : учеб. пособие / О. А. Баева.- 2-е изд., испр. - Минск : Новое знание, 2001. - 328 с.
- 5.1.2 Балыхина, Т.М. Русский язык и культура речи [Электронный ресурс] / Т.М. Балыхина, М.В. Лысякова, М.А. Рыбаков . - Электрон. дан. - М. : Рос. ун-т дружбы народов, [Б. г.]. - 1 электрон. опт. диск (CD-ROM); 12 см. - Загл. с диска.
- 5.1.3 Ботавина, Р.Н. Этика деловых отношений : учеб. пособие для вузов / Р.Н. Ботавина . - М. : Финансы и статистика, 2002. - 208 с.
- 5.1.4 Веселов, П.В. Аксиомы делового письма : культура делового общения и официальной переписки / П. В. Веселов .- 4-е изд., перераб. - М. : Маркетинг, 1993. - 74 с.
- 5.1.5 Гойхман, О.Я. Речевая коммуникация : учебник для вузов / О.Я. Гойхман, Т.М. Надеина .- 2-е изд., перераб. и доп. - М. : ИНФРА-М, 2008. - 272 с. - Библиогр.: с. 269-270.
- 5.1.6 Зарецкая, Е.Н. Деловое общение : учебник : в 2 т. / Е.Н. Зарецкая . - 2-е изд., испр. и доп. - М. : Дело, 2004. - Т.1 . - 696 с.; Т.2 . - 720 с.
- 5.1.7 Ивин, А.А. Риторика: искусство убеждать: учеб. пособие / А.А. Ивин . - М. : ФАИР-ПРЕСС, 2003. - 304 с.
- 5.1.8 Культура устной и письменной речи делового человека : справочник-практикум для самообразования / Н.С. Водина [и др.] .- 13-е изд. - М. : Наука : Флинта, 2006. - 315 с.

5.1.9 Культура устной и письменной речи делового человека : справочник-практикум для самообразования / Н.С. Водина [и др.] .- 13-е изд. - М. : Наука : Флинта, 2006. - 315 с

5.1.10 Ломова, О.С. Деловое общение специалиста по рекламе : учеб. пособие для вузов / О.С. Ломова . - Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2008. - 239 с.

5.1.11 Психология и этика делового общения : учеб. для вузов / под ред. В.Н. Лавриненко.- 5-е изд., перераб. и доп. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2010. - 416 с.

5.1.12 Реклама: язык, речь, общение : учеб. пособие для вузов / под ред. О.Я. Гойхмана, В.М. Лейчика . - М. : ИНФРА-М, 2008. - 288 с.

5.1.13 Розенталь, Д.Э. Справочник по правописанию, произношению, литературному редактированию / Д.Э. Розенталь, Е.В. Джанджакова, Н.П. Кабанова .- 3-е изд., испр.. - М. : ЧеРо, 1999. - 400 с.

5.1.14 Русский язык и культура речи : учеб. пособие / под ред. О.Я. Гойхмана . - М. : ИНФРА-М, 2003. - 192 с.

5.1.15 Стернин, И.А. Практическая риторика : учеб. пособие для вузов / И.А. Стернин .- 5-е изд., стер. - М. : Академия, 2008. - 270 с.

5.1.16 Теплицкая, Т.Ю. Все виды деловой корреспонденции : правила составления и оформления / Т.Ю. Теплицкая . - Ростов-на-Дону : Феникс, 2007. - 183 с.

5.1.17 Филиппов, А.В. Публичная речь в понятиях и упражнениях : учеб. пособие для вузов / А.В. Филиппов, Н.Н. Романова. - М.: Академия, 2002. - 160 с.

5.1.18 Хазагеров, Г.Г. Риторика для делового человека : учебное пособие / Г.П. Хазагеров, Е.Е. Корнилова. - М.: Флинта, 2001. - 136 с.

5.2 Дополнительная литература

5.2.1 Анодина, Н.Н. Деловое письмо: методика составления и правила оформления : практ. пособие / Н.Н. Анодина .- 4-е изд., испр. доп. - М. : Омега - Л, 2009. - 95 с.

5.2.2 Гойхман, О.Я. Организация и проведение мероприятий : учеб. пособие для вузов / О.Я. Гойхман . - М. : ИНФРА-М, 2008. - 120 с.

5.2.3 Караяни, А.Г. Психология общения и переговоров в экстремальных условиях : учеб. пособие для вузов / А.Г. Караяни, В.Л. Цветков . - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2009. - 248 с. : ил.. - Терминолог. слов.: с. 233-241.

5.2.4 Кирсанова, М.В. Деловая переписка : учеб. пособие для вузов / М.В. Кирсанова, Н.Н. Анодина, Ю.М. Аксенов . - М. ; Новосибирск : ИНФРА-М : Сиб. соглашение, 2001. - 92 с.

5.2.5 Колтунова, М.В. Деловое письмо. Что нужно знать составителю / М.В. Колтунова . - М. : Дело, 2000. - 112 с.

5.2.6 Лагутина, Т.М. Деловое письмо : справочник / Т.М. Лагутина, Л.П. Щуко . - 2-е изд., перераб. и доп. - СПб. : Издат. дом Герда, 2004. - 432 с.

5.2.7 Ученова, В.В. История рекламы или метаморфозы рекламного образа : учеб. для вузов / В. В. Ученова, Н. В. Старых . - М. : ЮНИТИ, 1999. - 336 с. : ил.. - (Мир рекламы)

5.2.8 Шеламова, Г. М. Деловая культура и психология общения : учебник / Г.М. Шеламова . - 6-е изд., стер. - М. : Академия, 2007. - 160 с.

5.2.9 Эрнст, О. Слово предоставлено Вам = Reden müssen Reden Koppen : практ. рекомендации по ведению деловых бесед и переговоров: пер. с нем. / О. Эрнст. - М. : Экономика, 1988. - 141 с.

5.3 Периодические издания

// Актуальные проблемы современной науки

// Библиотека

// Вопросы культурологи

// Вопросы языкознания

// Делопроизводство

// Делопроизводство и документооборот на предприятии

// Делопроизводство и документооборот на предприятии

// Делопроизводство и документооборот на предприятии
// Кадры предприятия
// Маркетинг
// Маркетолог
// Менеджмент в России и за рубежом
// Рекламодатель: теория и практика
// Русская речь
// Русский язык в школе
// Секретарское дело
// Современная торговля
// Справочник секретаря и офис-менеджера
// Спрос
// Управление персоналом
// ЭКО. Экономика и организация промышленного производства

6 Контрольные вопросы по спецкурсу «Речевая служебная культура в деловых взаимоотношениях»

- 1 История становления переговорного процесса в рекламе.
- 2 Виды и цели делового общения в рекламной деятельности.
- 3 Деловая беседа в рекламной деятельности. Вопросы и ответы как основа деловой беседы.
- 4 Деловая беседа, связанная с приёмом на работу.
- 5 Коммерческие переговоры в рекламной деятельности.
- 6 Деловое совещание.
- 7 Деловые дискуссии.
- 8 Этика делового телефонного разговора.
- 9 Некоторые особенности языка деловых бумаг и документов.
- 10 Служебные документы: типология, образцы, языковое оформление.
- 11 Редактирование и устранение типичных ошибок в языке деловых бумаг.

- 12 Этические принципы и нормы в деловых отношениях.
- 13 Сущность и содержание этики деловых отношений.
- 14 Принципы этики деловых отношений.
- 15 Деловой этикет: история и составляющие.
- 16 Общие требования делового этикета.
- 17 Визитная карточка, ее история, роль и функции в деловой жизни; виды визитных карточек.
- 18 Правила приветствия и представления кого-либо кому-либо.
- 19 Протокольно-этикетные выступления.
- 20 Коммуникативная позиция. Способы и приёмы усиления коммуникативной позиции.

7 Контрольные задания для самопроверки

1 Выберите правильное утверждение:

- а) реклама сочетает информацию и убеждение;
- б) реклама сочетает информацию и побуждение;
- в) реклама сочетает информацию, убеждение и побуждение;
- г) реклама сочетает убеждение и побуждение.

2 Выберите правильное утверждение:

- а) самая эффективная реклама – на радио, потому что радио слушают много людей;
- б) самая эффективная реклама – телевизионная, потому что телевизор смотрит много людей;
- в) самая эффективная реклама – телевизионная, потому что она смешная;
- г) самая эффективная реклама - телевизионная, потому что она сочетает разные образы.

3 В официально-деловых текстах обычно употребляются слова:

- а) климат, хроника, журнал;
- б) доложить, ответчик, взыскание;
- в) эскалация, форум, почин;
- г) амплитуда, локальный, следователь.

4 Для текстов официально-делового стиля не характерно (-а):

- а) широкое использование лексики и фразеологии других стилей;
- б) логическая последовательность изложения;
- в) стремление к стилистической однородности текста;
- г) отсутствие лексики с эмоционально-экспрессивной маркировкой.

5 В официально-деловых текстах не употребляются:

- а) деепричастные обороты;
- б) сложные предложения;
- в) отыменные предлоги;
- г) риторические вопросы.

6 Для текстов официально-делового стиля характерно (-а):

- а) прерывистость и непоследовательность речи;
- б) художественно-образная конкретизация;
- в) непринужденность и непосредственность речи;
- г) императивность (предписующе-долженствующий характер).

7 Укажите, какому документу соответствуют следующие композиционные элементы: Название документа, адресант (фамилия, имя, отчество, год рождения, адрес проживания, паспортные данные), адресат (фамилия, имя, отчество, год рождения, адрес проживания, паспортные данные), дата, подпись, печать и подпись заверителя:

- а) заявлению;

- б) докладной записке;
- в) доверенности;
- г) справке.

8 Укажите, какому документу соответствуют следующие композиционные элементы: Название документа, содержание сообщения (когда, что и где состоится), подпись:

- а) заявлению;
- б) докладной записке;
- в) объявлению;
- г) справке;

9 Укажите, какому документу соответствуют следующие композиционные элементы: Адресат и адресант, название документа, содержание просьбы, дата, подпись:

- а) заявлению;
- б) докладной записке;
- в) доверенности;
- г) протоколу.

10 Укажите, какому документу соответствуют следующие слова и устойчивые сочетания: Я, ..., родился..., мать - ..., отец - ..., поступил в первый класс..., по результатам... был зачислен на первый курс...:

- а) объяснительной записке;
- б) приказу;
- в) автобиографии;
- г) заявлению.

11 Чтобы объяснить причину Вашего отсутствия на занятии, Вы напишите в деканате:

- а) служебную записку;
- б) докладную записку;
- в) объяснительную записку;
- г) расписку.

12 К деловым документам не относится:

- а) протокол;
- б) расписка;
- в) реферат;
- г) автобиография.

13 Приказ, распоряжение, постановление – это:

- а) личные документы;
- б) информационно-справочные документы;
- в) деловые письма;
- г) распорядительные документы.

14 В деловом телефонном разговоре не следует:

- а) поднять трубку до четвертого звонка;
- б) концентрироваться на разговоре и внимательно слушать;
- в) использовать бланки для записи телефонных разговоров;
- г) вести две беседы сразу.

15 В деловом телефонном разговоре следует:

- а) говорить: «Все обедают», «Никого нет»;
- б) использовать для записок клочки бумаги;
- в) долго не поднимать трубку;
- г) сказать «Доброе утро (день)», представиться и назвать свой отдел (организацию).

16 Какие фразы не рекомендуется использовать при собеседовании:

- а) мне нравится работать с новыми программами;
- б) у меня, к сожалению, нет опыта работы;
- в) я уверен в том, что у меня достаточно сил для дальнейшей учёбы и профессионального роста;
- г) я хочу и умею учиться.

17 Убеждающая речь не должна:

- а) учитывать конкретную ситуацию;
- б) апеллировать (обращаться) к чувствам и эмоциям слушателей и воздействовать на их сознание;
- в) содержать много цифрового материала;
- г) строиться с учётом интеллектуальных способностей слушателей, их познавательных возможностей и интереса к теме.

18 При несогласии с собеседником используются определённые этикетные формулы. Определите, какой из них присущ фамильярный оттенок:

- а) позвольте с Вами не согласиться;
- б) извините, но мы не можем принять Ваши условия;
- в) думаю, что это не совсем так;
- г) милая, я не могу с Вами согласиться.

19 Установите соответствие между этикетной формулой и речевой ситуацией:

а) приветствие	1 Окажите любезность... Будьте добры...
б) прощание	2 Очень Вам признателен! Сердечное Вам спасибо!
в) благодарность	3 Всего доброго! До скорой встречи!
г) просьба	4 Рад вас видеть. Добрый день!
	5 Честь имею представить... Позвольте познакомить...

20 Установите соответствие между этикетной формулой и речевой ситуацией:

а) извинение	1 Разрешите пригласить Вас... Окажите честь, посетите нас...
б) предложение	2 Честь имею представить... Позвольте познакомить...
в) приглашение	3 Прошу меня простить... Простите, пожалуйста...
г) знакомство	4 Позвольте Вам порекомендовать... Я хотел бы посоветовать Вам...
	5 Окажите любезность... Будьте добры...

Ключи к тестам: 1в, 2г, 3б, 4а, 5 г, 6г, 7в, 8в, 9а, 10в, 11в, 12в, 13г, 14г, 15г, 16б, 17в, 18г, 19: 1г, 2в, 3б, 4а, 20: 1в, 2г, 3а, 4б.