

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФИЛИАЛ ФГБОУ ВО «ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ ЭКОНОМИКИ И СЕРВИСА» В Г. НАХОДКЕ

КАФЕДРА ГУМАНИТАРНЫХ И ИСКУССТВОВЕДЧЕСКИХ ДИСЦИПЛИН

ДЕЛОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ В СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОМ СЕРВИСЕ

Рабочая программа дисциплины

по направлению подготовки

43.03.01 Сервис

Профиль подготовки

Социокультурный сервис

тип ОПОП прикладной бакалавриат

Рабочая программа дисциплины «Деловые коммуникации в социально-культурном сервисе» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 43.03.01 «Сервис» профиль подготовки «Социокультурный сервис» и Порядком организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры (утв. приказом Минобрнауки России от 19 декабря 2013 г. № 1367)

Составитель: старший преподаватель кафедры гуманитарных и искусствоведческих дисциплин, Мироненко Т.И.

Утверждена на заседании кафедры дизайна и сервиса от 14.04.2011 года, протокол № 8.

Редакция 2015 года, рассмотрена и утверждена на заседании кафедры гуманитарных и искусствоведческих дисциплин от 24.06.2015 года, протокол № 9

Редакция 2016 года, рассмотрена и утверждена на заседании кафедры гуманитарных и искусствоведческих дисциплин от «07» июня 2016 года, протокол № 10.

Заведующий кафедрой



Шумейко М.В.

1 Цель и задачи освоения дисциплины (модуля)

Целью настоящей дисциплины является формирование у студентов системы знаний теории деловых коммуникаций, развитие навыков эффективных коммуникаций: деловая беседа, телефонные переговоры, публичные выступления, переговоры, работа с документами.

Изучение дисциплины позволит будущим специалистам хорошо понимать партнеров, эффективно взаимодействовать в деловом мире, формировать положительное впечатление, предугадывать поведение конкурентов, и соответственно вырабатывать определенные сигналы тела на достижение сотрудничества или компромисса, что в итоге приведет к успешности на профессиональном уровне.

Задачи изучения дисциплины

- формировании понимания социально-психологических основ делового общения;
- развитию навыков организации делового общения (деловой беседы, публичных выступлений, переговоров, работы с деловыми документами);
- выявлении роли различных факторов, снижающих эффективность процессов делового общения;
- научить студентов понимать язык тела;
- понимать невербальные сигналы окружающих и соотносить их с вербальными сигналами.

2 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Планируемыми результатами обучения по дисциплине, являются знания, умения, владения и/или опыт деятельности, характеризующие этапы/уровни формирования компетенций и обеспечивающие достижение планируемых результатов освоения образовательной программы в целом. Перечень компетенций, формируемых в результате изучения дисциплины, приведен в таблице 1.

Таблица 1 – Формируемые компетенции

Название ОПОП ВО (сокращенное название)	Компетенции	Название компетенции	Составляющие компетенции	
43.03.01 Сервис (Б-СС)	ПК-11	готовностью к работе в контактной зоне с потребителем, консультированию, согласованию вида, формы и объема процесса сервиса	Знания:	этику сферы сервиса и услуг, этику партнерских отношений, эстетику обслуживания, профессиональную этику и этикет, основы конфликтологии, основы рекламной деятельности;
			Умения:	проводить исследования рынка и осуществлять продвижение услуг, организовывать и проводить переговоры
			Владения:	умением обеспечить оптимальную инфраструктуру обслуживания с учетом природных и социальных факторов, умением поддерживать связь с общественностью, деловой риторикой

3 Место дисциплины (модуля) в структуре основной образовательной программы

Дисциплина «Деловые коммуникации в социально-культурном сервисе» относится к базовой части математического и естественнонаучного цикла для направления «Сервис» профиль «Социокультурный сервис».

Данная дисциплина базируется на компетенциях, сформированных на предыдущем уровне образования.

4 Объем дисциплины (модуля)

Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу с обучающимися (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу по всем формам обучения, приведен в таблице 2.

Таблица 2 – Общая трудоемкость дисциплины

Сокращенное название ОПОП	Форма обучения	Индекс	Семестр / Модуль	Трудоемкость		Аттестация
				(З.Е.)	часов (всего/ауд.)	
Б-СС	ОФО	Б.3.Б.28	4	3	108/52/56	А1, А2, 3

5 Структура и содержание дисциплины (модуля)

5.1 Структура дисциплины (модуля)

Тематический план, отражающий содержание дисциплины (перечень разделов и тем), структурированное по видам учебных занятий с указанием их объемов в соответствии с учебным планом, приведен в таблице 3.

Таблица 3 – Структура дисциплины

Темы дисциплины	Часы	Перечень ОПОП	Вид учебной работы	Семестр
1. Библиотечно-информационная компетентность	1	Б-СС	лекции	4
Тема 2. Понятие делового общения, его структура и характеристики	2	Б-СС	лекции	4
Тема 3. Средства деловой коммуникации	2	Б-СС	лекции	4
Тема 4. ЛЕКЦИЯ-КОНСУЛЬТАЦИЯ Перцептивная сторона делового общения	2	Б-СС	лекции	4
Тема 5 Коммуникативная сторона делового общения	2	Б-СС	лекции	4
Тема 6. Интерактивная сторона делового общения	1	Б-СС	лекции	4
Тема 7. Формы делового общения	1	Б-СС	лекции	4
Тема 8. ЛЕКЦИЯ-ПРОВОКАЦИЯ Конфликты в деловом общении	2	Б-СС	лекции	4
Тема 9. Этикет в деловом общении	1	Б-СС	лекции	4
Тема 10. Принципы деловой этики	1	Б-СС	лекции	4

Тема 11. ПРОБЛЕМНАЯ ЛЕКЦИЯ Стрессы в деловом общении.	1	Б-СС	лекции	4
Тема 12. Специфика ведения переговоров с представителями разных народов и национальностей	1	Б-СС	лекции	4

5.2 Содержание дисциплины (модуля)

Темы лекций

Тема 1. Библиотечно-информационная компетентность

Информационно-библиотечная среда. Структура и справочно-поисковый аппарат библиотеки ВГУЭС. Работа с электронным каталогом библиотеки ВГУЭС. Электронные ресурсы и рекомендации. Работа с электронными ресурсами ВГУЭС: цифровыми учебными материалами; раздаточными материалами; хранилищем цифровых учебно-методических материалов; хранилищем цифровых научных материалов. Работа с полнотекстовыми базами данных. Работа с источниками.

Тема 2. Система коммуникаций в СКСТ.

Коммуникация (единовременный акт) – это процесс передачи сообщения от источника к получателю с целью изменения поведения последнего.

Коммуникация (коммуникативный процесс) - это обмен информацией между сторонами. Основная цель коммуникационного процесса – обеспечения понимания информации, поступающей к потребителю посредством обмена сообщениями. Совокупность каналов, с помощью которых осуществляется взаимодействие субъектов управления, образует его коммуникационную структуру

Тема 3. Понятие делового общения, его структура и характеристики

Понятие общения. Этапы общения. Структура и средства коммуникационного процесса. Функции и стороны общения. Специфика делового общения. Виды и формы делового общения. Стили делового общения.

Тема 4. Средства деловой коммуникации

Вербальные и невербальные средства делового общения. Особенности вербальной и невербальной деловой коммуникации.

Тема 5. Перцептивная сторона делового общения

Факторы, обуславливающие ошибки восприятия партнера при первом знакомстве. Механизмы и эффекты межличностного восприятия. Фундаментальная ошибка каузальной атрибуции. Явление самоподачи. Понятие имиджа, его функции в общении, средства создания.

Тема 6. Коммуникативная сторона делового общения

Слушание в деловой коммуникации (трудности эффективного слушания, виды слушания, правила слушания). Коммуникативные барьеры в общении и пути их преодоления.

Тема 7. Интерактивная сторона делового общения

Основные позиции партнеров в деловом общении согласно теории Э.Берна. Способы изменения поведения и деятельности других людей в деловой коммуникации. Характеристика манипуляций и пути их нейтрализации..

Тема 8. Формы делового общения

Деловые беседа, встреча, совещание, переговоры. Структурная организация и этапы проведения деловых бесед, совещаний, переговоров. Тактика и порядок проведения отдельных этапов. Приемы повышения эффективности проведения деловых бесед, совещаний, переговоров. Особенности ведения международных переговоров и бизнес-протокола

Тема 9. Конфликты в деловом общении

Методологические основы конфликтологии и сущностная характеристика конфликтов в работе специалистов. Предупреждение и конструктивное разрешение конфликтов. Управление конфликтом. Этические нормы общения в конфликте.

Тема 10. Этикет в деловом общении

Правила вербального и невербального этикета. Телефонный этикет. Правила деловой переписки. Визитная карточка. Внешний облик и манеры делового человека. Этикет деловых приемов. Особенности делового общения с иностранными партнерами.

Тема 11. Принципы деловой этики

Понятия, задачи и основные категории этики деловых отношений. Этика деловых межличностных отношений в рабочей группе. Этика деятельности руководителя. Этические нормы в деловом общении подчиненных с руководителем. Этика делового общения между коллегами.

Тема 12. Стрессы в деловом общении.

Стресс и его природа. Г. Селье. Фазы развития стресса. Дистресс. Причины и источники стресса. Профилактика стрессов в деловом общении. Индивидуальная стратегия и тактика стрессоустойчивого поведения

Тема 13. Специфика ведения переговоров с представителями разных народов и национальностей.

Виды жестов и различие их интерпретации относительно культуры и национальности; межкультурная омонимия, межкультурная синонимия; различие ритуалов приветствия; различие компонентов общения; специфика пространственной организации общения; специфика визуального взаимодействия; специфика мимики; различие культур поведения и возможная интерференция на уровне жестов

Таблица 4 - Структура и содержание практической части учебной дисциплины.

Темы дисциплины	Часы	Перечень ОПОП	Вид учебной работы	Семестр	Аттестация
Тема 1. Библиотечно-информационная компетентность	2	Б-СС	ПЗ	4	А1, 3
Тема 1. Система коммуникаций в СКСТ.	2	Б-СС	ПЗ	4	А1, 3
Тема 2. Понятие делового общения, его структура и характеристики	2	Б-СС	ПЗ	4	А1, 3
Тема 3. Средства деловой коммуникации	3	Б-СС	ПЗ	4	А1, 3
Тема 4. Перцептивная сторона делового общения	3	Б-СС	ПЗ	4	А1, 3
Тема 5 Коммуникативная сторона делового общения	3	Б-СС	ПЗ	4	А1, 3
Тема 6. Интерактивная сторона делового общения	3	Б-СС	ПЗ	4	А1, 3
Тема 7. Формы делового общения	3	Б-СС	ПЗ	4	А1, 3
Тема 8. Конфликты в деловом общении	2	Б-СС	ПЗ	4	А1, 3
Тема 9. Этикет в деловом общении	3	Б-СС	ПЗ	4	А1, 3

Тема 10. Принципы деловой этики	2	Б-СС	ПЗ	4	А1, 3
Тема 11. Стрессы в деловом общении.	3	Б-СС	ПЗ	4	А1, 3
Тема 12. Специфика ведения переговоров с представителями разных народов и национальностей	3	Б-СС	ПЗ	4	А1, 3

Темы практических занятий

Занятие 1. Введение в дисциплину.

Предмет, основные категории и задачи психологии делового общения в менеджменте. Основные понятия и определения, используемые в курсе: психология личности, психотипы, коммуникация, социальная перцепция, взаимодействие, психология рабочей группы, стиль руководства, человеческие ресурсы, гуманистический менеджмент. Доктрина «человеческих отношений» Э. Мэйо и А. Файоля. Американский и японский вариант использования основных положений доктрины.

Занятие 2. Характеристики делового общения

Изучение основных понятий и категорий делового общения. Выявление уровня общительности. Определение индивидуального стиля делового общения и взаимодействия с другими людьми.

Занятие 3. Восприятие партнера по деловому общению

Изучение ошибок первого впечатления и способов их преодоления. Отработка приемов, помогающих сформировать аттракцию в деловом общении. Техника самопрезентации в деловом общении.

Занятие 4. Коммуникативные процессы в деловом общении

Отработка требований к профессиональной речи. Распознавание невербальных сигналов в деловом общении. Технологии совершенствования навыков эффективного слушания.

Занятие 6. Способы воздействия на партнера по деловому общению

Отработка стратегии взаимодействия с партнером на основе определения его позиции в деловом общении. Тестирование на определение степени внушаемости. Изучение способов распознавания и нейтрализации манипуляций в деловом общении.

Занятие 7. Технология проведения деловых бесед, совещаний, переговоров

Развитие навыков публичного выступления на деловых совещаниях. Отработка навыков проведения деловой беседы. Деловая игра «Переговоры».

Занятие 8. Этика взаимоотношений в коллективе

Определение оптимального стиля руководства, диагностирование межличностных отношений и определение способов улучшения морально-психологического климата в коллективе.

Занятие 9. Способы разрешения конфликтов

Тестирование на выявление уровня конфликтности. Тест К- Томаса. Анализ конфликтных ситуаций в деловом общении. Изучение стратегий поведения в конфликтных ситуациях.

Занятие 10. Деловой этикет

Отработка навыков речевого этикета. Деловая игра по изучению правил встречи, приветствия и представления деловых партнеров, норм общения по телефону, правила рассадки за столом и т.д.

Занятие 11. Стрессы. Стрессоустойчивость в деловом общении

Приемы саморегуляции. Антистрессовое руководство. Антистрессовое управление.

Занятие 12. Тренинг « Общение»

5.3 Форма текущего контроля

Для студентов в качестве самостоятельной работы предполагается выполнения индивидуальных домашних заданий и контрольных работ.

Программой дисциплины предусмотрено проведение практических занятий, на которых проводятся учебные дискуссии, разбираются конкретные ситуации повседневного общения и отношения к миру. Широко используются информационные технологии (электронные тесты, интернет-ресурсы). Практические занятия призваны укреплять и расширять теоретические знания студентов.

В ходе изучения данного курса предполагается использование электронных презентаций и проведение компьютерного тестирования. При обучении используются интерактивные формы.

Для студентов в качестве самостоятельной работы предполагается подготовка кратких сообщений с презентацией в формате Microsoft PowerPoint.

6 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Самостоятельная работа студента заключается в выполнении домашних заданий, при выполнении которых закрепляются полученные теоретические и практические навыки. В самостоятельную работу входят наблюдения за жестовым поведением людей в различных ситуациях, просмотр передач в беззвучном режиме, выбор отрывков из художественной литературы, содержащих описание невербальной коммуникации героев, создание «Атласа движения», а так же студент пишет работу «Профессиональный имидж через невербальную коммуникацию».

По заданной теме студенты готовят выступления, где основной момент уделяется характеристикам кода невербального сигнала. Данная информация повысит уровень невербального понимания партнера по общению.

№ п/п	№ раздела и темы	Перечень рассматриваемых вопросов для самостоятельного изучения
1	Тема 1. Система коммуникаций в СКСТ.	1. Что такое законы общения (коммуникативные законы)? Их особенности. 2. Основные законы общения. 3. Основные правила общения. 4. Основные приемы общения.
2	Тема 2. Теоретические предпосылки становления психологии делового общения.	1. Деловое общение. 2. Особенности делового общения. 3. Виды делового общения. 4. Общие положения ведения делового общ. 5. Вопросы в деловом общении.
3	Тема 3. Понятие делового общения, его структура и характеристики	1. Понятие невербального общения 2. Типы невербальной коммуникации 3. Некоторые советы и правила использования невербальных средств.
4	Тема 4. Перцептивная сторона делового общения	Ролевая игра «Выкиньте свои проблемы». Большинство людей постоянно сталкиваются с различными проблемами производственного или личного характера. Вам предлагается решить проблемы сегодня.

№ п/п	№ раздела и темы	Перечень рассматриваемых вопросов для самостоятельного изучения
		<p>Каждый участник формулирует такие проблемы и записывает свои проблемы на листке бумаги. Затем все комкают листки и выкидывают их в корзину. После того, как все бумажки собраны, образуйте группы из двух человек. По одному человеку из группы вынимают записки из корзины. Так у каждой группы появляется «вытянутая» проблема, группе дается 3-5 минут, чтобы записать и обсудить возможные ее решения.</p> <p>Затем каждая группа излагает свою проблему и оглашает решения. Остальные участники игры могут сделать добавления по поводу новых предложений.</p>
5	Тема 5 Коммуникативная сторона делового общения	<ol style="list-style-type: none"> 1. Что такое коммуникативные барьеры и почему они возникают? 2. Логический барьер и пути его преодоления. 3. Стилистический барьер и пути его преодоления. 4. Семантический барьер и пути его преодоления. 5. Фонетический барьер и пути его преодоления.
6	Тема 6. Интерактивная сторона делового общения	<p>Деловая игра. Демонстрация находчивости, парадоксальной логики и красноречия</p> <p>Из предложенных тем выберите наугад две и сделайте сообщение на одну – две минуты, логически связав между собой обе, казалось бы, совершенно несовместимые темы:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Китайское искусство фэн-шуй. 2. Бабочка-махаон. 3. Протезирование зубов. 4. Модный галстук стоимостью 200 долларов. 5. Беловежская пуца. 6. Проблема разоружения. 7. Архитектура Индии. 8. Обучение в театральном институте. 9. Реклама на телевидении. 10. Устаревшее оборудование в текстильной промышленности. 11. Старение населения Европы. 12. Военная реформа. 13. Красивая женщина. 14. Индийский трактат о любви.
7	Тема 7. Формы делового общения	<ol style="list-style-type: none"> 1. Спор как вид деловой коммуникации. 2. Классификация споров. 3. Дискуссия, полемика, дебаты как разновидности спора. 4. Тактические приемы спора. Виды аргументов. 5. Психологические аспекты убеждения. 6. Из истории ораторского искусства. 7. Как готовиться к публичным выступлениям. Этапы подготовки. Умения и навыки. 8. Как построить свою речь (словесное оформление). 9. Приёмы управления аудиторией.

№ п/п	№ раздела и темы	Перечень рассматриваемых вопросов для самостоятельного изучения
8	Тема 8. Конфликты в деловом общении	<p>Проблема формирования критического мышления. Используйте таксономию Б. Блума (ромашка Блума) – шесть областей применения критического мышления.</p> <p>То, чему можно научиться и научить в психологии общения:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Умение определять психологический тип партнера и психологический подтекст ситуации и действовать адекватно. 2. Умение оптимизировать ситуацию. 3. Умение распознавать свои и чужие невербальные сигналы и пользоваться этим в практическом поведении. Следует так же понимать то, что нельзя изменить или чему нельзя научиться: <ol style="list-style-type: none"> 1. Нельзя изменить свой психологический тип. 2. Нельзя изменить психологический тип партнера. 3. Нельзя избежать влияния объективных факторов на ситуацию. 4. Нельзя избежать ошибок при интерпретации поведения партнера или подтекста ситуации.
9	Тема 9. Этикет в деловом общении	<ol style="list-style-type: none"> 1. Что такое речевой этикет? 2. Специфика русского речевого этикета. 3. Факторы, определяющие формирование речевого этикета и его использование. 4. Основные речевые этикетные формулы. 5. Ты - и Вы - общение. 6. Обращение. 7. Этикетные правила общения по телефону. 8. Этикетные правила общения через переводчика. 9. Визитная карточка.
10	Тема 10. Принципы деловой этики	<p>Интерактивные игры. Задание 1. Как считают специалисты, вибрации, возникающие при активном произнесении (пении) звука «О», способствуют массажу сердца. А звук «И» снимает невроз, уменьшает чувство страха. Проверьте это на собственном опыте – в том случае, когда у вас ноет сердце или же вы испытываете чувство страха.</p> <p>Задание 2. Сначала потренируйтесь все одновременно на своем месте, а затем каждый выходит и с помощью соответствующей мимики демонстрирует различные эмоции: злоба, презрение, любопытство, доброжелательность, удивление, скука, грусть, усталость, страдание, наслаждение и т.д. Выберите «чемпиона» группы.</p> <p>Задание 3. Разные чувства (по вашему выбору) продемонстрируйте группе с помощью мимики и жестов. Сумеют ли ваши товарищи угадать, что вы изображали?</p> <p>Творческое задание. Задание 4. Напишите каждое слово в</p>

№ п/п	№ раздела и темы	Перечень рассматриваемых вопросов для самостоятельного изучения
		именительном падеже множественного числа: инженер, бухгалтер, лифтер, кондитер, доцент, редактор, конструктор, кондуктор, шофер, ректор, лектор, инспектор, профессор. Определите правильную постановку ударения в словах: агент, алкоголь, асбест, афера, баловник, блокировать, вероисповедание, вечеря, газированный, гастрономия, гравировать, диспансер, досуг, жалюзи, знамение, изобретение, истекший, квартал, красивее, мелисса, намерение, недуг, ободрить, опека, оптовый, партер, пуловер, свекла, сливовый, созыв, средства, углубить, ходатайство.
11	Тема 11. Стрессы в деловом общении.	Написание синквейна на тему «Стресс» Арттерапия « Как редуцировать стресс?»
12	Тема 12. Специфика ведения переговоров с представителями разных народов и национальностей.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Характеристика понятия «культура речи». 2. Виды общения. Составляющие успешного общения. 3. Национальный язык и его составляющие. 4. Языковая норма. Словари русского языка. 5. Функциональные стили.

7 Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Примерный перечень вопросов к зачёту:

1. Сущность и основные особенности этики деловых отношений
2. Манипулятивные приемы, используемые в деловом общении
3. Принципы восприятия критики и их значение для делового общения
4. Цель разработки и содержание этических правил (кодексов) организации.
5. Способы противодействия манипулятивным приемам в деловом общении.
6. Социальная ответственность организаций.
7. Основные принципы конструктивной критики
8. Основные закономерности межличностных отношений и их практическое применение
9. Сходства и различия между очной беседой и телефонным разговором
10. Сущность и значение риторики в деловом общении
11. Этические нормы телефонного разговора
12. Средства повышения выразительности деловой речи.
13. Классификация этапов деловой беседы; задачи, решаемые на каждом этапе
14. Сущность и основные правила аргументации в ходе деловой беседы.
15. Основные правила комплиментов.
16. Классификация и особенности аргументов, используемых в ходе деловой беседы.
17. Типы вопросов, используемых в деловой беседе.
18. Приемы создания благоприятного психологического климата в ходе делового общения.
19. Значение использования вопросов в деловой беседе.
20. Значение дистанции и взаимного расположения в ходе деловой беседы.
21. Этические нормы знакомства и приветствия.

22. Совещания и переговоры как виды деловых бесед.
23. Преимущества и проблемы социально-ответственного поведения организации.
24. Проблемы делового общения по телефону.
25. Конфликты как следствие нарушения правил делового общения.
26. Содержание и задачи подготовки к проведению деловой беседы.
27. Задачи, решаемые на этапе завершения деловой беседы. Приемы завершения беседы.
28. Виды и значение невербальных средств общения.
29. Этика взаимоотношений с трудным руководителем.
30. Общение требования к внешнему облику делового человека.
31. Правила подбора элементов к деловому костюму.
32. Общность и различие в понятиях деловой этики и делового этикета.
33. Характерные черты трудного руководителя и основные причины их проявления.

8 Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

а) основная литература

1. Бороздина Г.В. Психология делового общения.-М.: Инфра-М, 2013
2. Гойхман О.Я., Надеина Т.М. Речевая коммуникация.-М.: Инфра-М, 2013
3. Дусенко С.В. Профессиональная этика и этикет.-М.:Академия, 2012
4. Кибанов А.Я., Захаров Д.К., Коновалова В.Г. Этика деловых отношений.-М.: Инфра-М, 2013
5. Ковадло Л.Я. Культура письменной и устной русской речи. Деловое письмо.-М.: Форум, 2012
6. Кузнецов И.Н. Деловой этикет. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 348 с.(ВО: Бакалавр.)
7. Медведева Г.П. Деловая книга. - М.: Академия, 2011
8. Папкина О.В. Деловые коммуникации. - М.: Вузовский учебник: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 160 с.
9. Сидоров П.И. Деловое общение. - 2 изд. -М.: НИЦ Инфра-М, 2013-384с.(ВО: Бакалавр.)
10. Тимофеев М.И. Деловые коммуникации. - 2 изд. - М.: ИЦ РИОР: ИНФРА-М, 2012. - 120с.
11. Ушакова Н.В. Имиджология.-М.: Дашков и К, 2013
12. Цвык .В.А Профессиональная этика основы общей теории.-М.: РУДН , 2012

б) дополнительная литература

1. Биркенбил В. Язык интонации, мимики, жестов. – СПб.: Питер Пресс, 2010. – 224 с
2. Крейдлин Г.Е. Невербальная семиотика. – М.: Новое литературное образование, 2011. – 592 с
3. Гостиничный сервис и туризм : учебное пособие / Д.Г. Брашнов. - 2012, М. : Альфа-М : НИЦ Инфра-М - (Профиль). - ISBN 978-5-98281-234-6 (в пер.)
4. Имиджология : учебное пособие / Н.В. Ушакова, А.Ф. Стрижова. - 3-е изд., испр. - М. : Дашков и К, 2012. - 264 с. : ил.; 60x84/16. - (Учебные издания для бакалавров). - ISBN 978-5-394-01942-5 (в обл.)
5. Основы этики и эстетики : уч.пос. для ссузов / П.А. Егоров, В.Н. Руднев. - 3-е изд. - 2012, М. : КноРус - ISBN 978-5-406-01521-6 (переплет)
6. Этика и психология делового общения сфера сервиса: Учебное пособие / А.Д. Барышева Ю.А. Матюхина Н.Г. Шередер. - ПРОФИЛЬ. Гриф / А.Д. Барышева, Ю.А. Матюхина и др.. - 2013, М. : Альфа-М : ИНФРА-М - (Профиль). - ISBN 978-5-98281-095-3

9 Перечень ресурсов информационно - телекоммуникационной сети «Интернет»

а) Полнотекстовые базы данных

Национальный цифровой ресурс Руконт. Режим доступа [<http://www.rucont.ru/>].

Университетская библиотека он-лайн. Режим доступа [<http://www.biblioclub.ru/>].

б) Интернет-ресурсы

1. Информация о международном этикете и манерах <http://www.cyborlink.com>

2. Образовательный ресурсный центр <http://www.ethicscenter.ru/>

3. Сайт «Деловой этикет»: <http://www.delovoi-etiket.info/>

10 Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

Комплект лицензионного программного обеспечения с поддержкой форматов DOC, PPT и PDF.

– Специализированные лекционные аудитории, оснащённые видеопроекционным оборудованием для презентаций, средствами звуковоспроизведения, экраном и имеющие выход в сеть Интернет.

– Аудитории для проведения практических занятий, оборудованные учебной мебелью и имеющие выход в сеть Интернет.

– Библиотека, имеющая рабочие места для обучающихся, оснащённые компьютерами с доступом к базам данных и Интернет.

11 Словарь основных терминов

АРТИСТИЗМ – совокупность способностей (перевоплощение, обаяние, заразительность, эмоциональная подвижность), обусловленные физическими данными человека, особенностями его эмоционального аппарата, своеобразием менталитета.

АРТИСТИЗМ РЕЧИ – энергетика речи, её экспрессия и выразительность.

АТТРАКЦИЯ – (англ, *притяжение*) – визуально фиксированное эмоциональное отношение человека к кому-либо – симпатия или готовно

Аудиал- тип человека, который воспринимает всё окружающее себя через слух, таких людей на планете около 25%.

Адапторы- мимика, движения рук, ног и т.д., они отражают эмоциональное состояние (скуку, напряжение и др.)

Аускультация - наука о слуховом восприятии звуков и аудиальном поведении людей в процессе коммуникации.

Альтерадпторы- движения по отношению к телу собеседника (похлопывание по спине).

БОЛЬШОЙ СТИЛЬ – система идей, в которой отражено мировоззрение эпохи, основные типы формообразования оригинальных идей. Большой стиль проявляется в архитектуре, живописи, литературе, музыке («готика», «ренессанс», «барокко», «классицизм» и т.д.).

ВЕРБАЛЬНЫЙ (лат. *verbalis*) – устный, относящийся к речи.

ВИДЕНИЕ – психологический процесс, возникающий в эмоциональной памяти, причём только в том случае, когда включается воображение и его неперенный спутник – «внутренний взор».

ВИЗАЖИСТ (франц. *visage* – лицо) – художник, работающий над оформлением лица.

ВИЗУАЛЬНЫЙ – зрительный, производимый невооружённым глазом или с помощью оптических приборов.

ВНУШЕНИЕ – не критическое восприятие личностью информации из-за авторитета говорящего или настроения среды непосредственного общения, в наше время нередко под давлением средств массовой информации.

ВООБРАЖЕНИЕ – способность представлять отсутствующий или реально не существующий предмет, удерживать его в сознании и мысленно им манипулировать.

ГАРМОНИКА – средство межличностного притяжения, включающее, с одной стороны, сохранение «Я-образа», с другой – поддержание доверительности, открытости, способности управлять процессом имидж-коммуникаций с партнёром по общению.

ГРИМ – искусство изменять внешность с помощью специальных красок (грима), пластических и волосяных наклеек, парика и др.; гримированные краски и другие принадлежности.

Вербализация - словесное описание того, что человек чувствует, видит, намерен делать, делает.

Визуал - человек, который воспринимает всё окружающее себя через зрение, зрительные образы, таких людей на планете около 35%.

ДЕФОРМИРОВАННЫЙ ИМИДЖ - социально неприемлемый (отвергаемый) облик, отражающий деструктивную (разрушительную) направленность манер поведения человека.

ДИАПАЗОН ГОЛОСА – его объём, т.е. свойственная ему совокупность музыкальных тонов. Границы диапазона определяются самым высоким и самым низким тоном. Сужение диапазона ведёт к монотонности, что притупляет восприятие содержания речи.

ДИКЦИЯ – «произношение» (по-латыни *dictio* – произносить, *dicere* – произношение). Под хорошей дикцией подразумевается чёткое и ясное произношение, чистота и безукоризненность звучания каждой гласной и согласной в отдельности, а также слов и фраз в целом

ДИНАМИКА – средство композиции: определённое взаиморасположение частей и элементов целого, вследствие чего целое воспринимается или статически неуравновешенным, или закономерно изменяющимся по каким-либо направлениям (по вертикали, по горизонтали, по диагонали). Антоним – статика.

ДОМИНАНТА (лат. *господствующий*) – очаг возбуждения в коре головного мозга.

Дистанцирование - установление для себя дистанции, отстранение от чего-либо

Дистанция - расстояние, в широком смысле, степень удалённости объектов друг от друга. В кинесике область вокруг человеческого тела имеющая различное значение, в зависимости от размеров (публичная зона, открытая зона, интимная зона)

ЖЕСТ (англ. *gesturre*) – движение рукой или другое телодвижение, что-то обозначающее или сопровождающее речь.

ЖЕСТИКУЛЯЦИЯ – манера жестикулировать, важная составляющая технологии самопрезентации.

Интонация - совокупность звуковых элементов речи (силы, высоты, тембра, длительности звучания). Интонация создаёт дополнительный оттенок смысла, подтекст речи, помогает лучше понять высказывание.

Изображение аффектов - выражения лица, отражающие разнообразные эмоции (радость, печаль, гнев и т.д.)

Иллюстраторы - жесты, тесно связанные с речью и дополняющие ее в разных видах.

ИМИДЖ – (англ. *образ*), облик (русская версия) личности, в котором наиболее ощутимо проявляются те качества, благодаря которым достигается эффект персональной привлекательности; это репутация семьи, хозяйствующего субъекта, государственного или общественного учреждения, региона или страны в целом.

ИМИДЖ ОРГАНИЗАЦИИ – репутация, сложившаяся у потребителей, партнёров, конкурентов, поддерживаемая имиджмейкерами и специалистами по связи с общественностью.

ИМИДЖИРОВАНИЕ – научно обоснованный и технологически апробированный процесс разработки и освоения имиджа, его искусная презентация в общении и в средствах массовой информации.

ИМИДЖ-КОММУНИКАЦИИ – разнообразные средства невербального и вербального предъявления персонального или группового имиджа и вызова соответствующих впечатлений, в которых заинтересован носитель имиджа.

ИМИДЖМЕЙКЕР – специалист по созданию облика отдельной личности или

репутации конкретных социумов, демографических слоев, хозяйствующих субъектов, государственных и негосударственных учреждений, регионов, нации, страны.

ИМИДЖ-ТЕХНОЛОГИЯ – полнометражная или короткометражная технологии имиджирования, обеспечивающие достижение запрограммированного результата.

ИМПОНИРОВАНИЕ – формирование межличностных отношений на основе механизмов эмпатии и рефлексии, способствующих их эмоциональной позитивности и комфортности.

КАЧЕСТВА РИТОРА – голосовые данные, образцовый литературный язык, логика суждений, телесные характеристики (фигура, осанка, дыхание) и умение творить в речи. Представлены М.В. Ломоносовым в пособии «Краткое руководство к риторике на пользу любителей сладкоречия».

КИНЕСИКА (греч. *kinitikos*) – информативность телодвижения, язык тела.

Кинесика - овокупность телодвижений (жестов, мимики), применяемых в процессе человеческого общения (за исключением движений речевого аппарата). Изучает паралингвистика. Важно учитывать, что в разных культурах один и тот же жест может трактоваться по-разному

Кинестетик - человек, который воспринимает окружающий мир через ощущения, ему лучше сначала потрогать, почувствовать и лишь потом, увидеть или услышать, количество таких людей на планете около 40%.

КОЖА – самый большой орган тела человека. Она выполняет многочисленные функции (химическая лаборатория, орган пятого чувства, защита от толчков и убийца бактерий, климатическое устройство). Внешний её вид выдаёт телесное и душевное состояние человека.

КОММУНИКАЦИОННОЕ ОБЩЕНИЕ – многообразные формы и методы информационного (вербального и невербального) взаимодействия людей, в процессе которого происходит восприятие людьми каких-то сведений, их распространение или пресечение, поддержка или развенчание источника информации. Введено в научный оборот В.М. Шепель в 1984 г.

КОНТРАСТ – средство композиции: резко выраженная противоположность свойств (цвета, фактуры, текстуры, размера, веса и т.д.). Антоним – нюанс.

КРЕАТИВНОСТЬ – творческий потенциал человека, коллектива, нации.

ЛИЧНОСТНОЕ ПРОСТРАНСТВО – базовая составляющая развивающегося бытия творческой личности. Чем выше интеллектуально-эмоциональная плотность этого пространства (насыщенность событиями и переживаниями), тем креативный потенциал творческой личности выше, то есть способность человека по-иному видеть (мир, ситуацию, проблему) и на основе этого выходить за пределы привычных представлений, что зависит от содержания личностного пространства. Перестройка личностного пространства – главное условие и основное средство саморазвития творческой личности: человек, творящий своё личностное пространство, тем самым творит сам себя и таким образом самоопределяется и саморазвивается как творческая личность.

МЕТАФОРА (греч. *перенос*) – сходство двух явлений, дающее скрытое сравнение.

МЕТОНИМИЯ (греч. *переименование*) – слово с переносным значением, в котором содержится переименование, то есть замена названия одного предмета другим.

МИМИКА (греч. *titikos – подражательный*) – движение мышц лица, выражающее внутреннее душевное состояние.

Мимика - выразительные движения мышц лица, являющиеся одной из форм проявления тех или иных чувств человека — радости, грусти, разочарования, удовлетворения и т. п. Мимика — один из вспомогательных способов общения людей. Сопровождая речь, она способствует её выразительности

Микровыражение - короткое произвольное выражение лица, появляющееся на лице человека, пытающегося скрыть или подавить эмоцию.

Микромимика - не осознаваемые нами, мелкие, почти невидимые сокращения

мимических мышц.

НЕВЕРБАЛЬНЫЙ – «знак» несловесный, неязыковый; невербальная коммуникация – это общение без единого слова.

УВЕЛЬ-КУТЮР (новая высокая мода) – понятие, возникшее в 70-е годы, когда новые стили стали рождаться именно в коллекциях прет-а-порте.

ОБАЯНИЕ – умение светиться людям, вызывая у них симпатию и доверие.

Объект-адапторы - движения, связанные с другими вещами (свертывание листа бумаги).

Окулесика - наука о языке глаз и визуальном поведении людей во время общения

ПАНТОМИМА (греч. *воспроизводящей подражанием*) – один из видов выразительных движений человека, охватывающий те изменения в походке, осанке, жестах, которые передают его психическое состояние, переживания, отношение к тем или иным явлениям. Наиболее важный компонент П. – жест: выразительное движение рук, служащее одним из средств уточнения речевой коммуникации.

ПЕРЕВОПЛОЩЕНИЕ (актёрское) – способность к внутренним и внешним изменениям.

ПОЛЁТНОСТЬ ГОЛОСА – умение посылать голос на расстоянии и регулировать его громкость.

ПРЕЗЕНТАЦИЯ – предъявление, представление, демонстрация каких-то данных или имиджа в целом.

ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ ИМИДЖ – облик человека, отражающий его профессиональную деятельность; важное условие профессиональной самореализации и достижения профессиональных успехов.

PR – планируемые продолжительные усилия, направленные на создание и поддержание доброжелательных отношений и взаимопонимания между организацией и общественностью.

ПСИХИЧЕСКАЯ КОНТАГИОЗНОСТЬ – эмоционально-чувственное восприятие группой людей (аудиторией слушателей) информации, способствующее сопереживанию, совместному осмыслению определённых положений и фактов.

Почерк - фиксируемая в рукописи характерная для каждого пишущего и основанная на его письменно-двигательном навыке система движений, с помощью которой выполняются условные графические знаки.

Поза - (*positum* класть, ставить) - положение, принимаемое человеческим телом, положение тела, головы и конечностей по отношению к друг другу.

Походка - характерный для человека способ ходить. Походку оценивают по амплитуде движения конечностей, положению тела во время ходьбы, ширине шага, нарушениям симметричности и раскачиванию, причём обычно оценка походки совершается людьми неосознанно, по совокупности этих и многих других

Паралингвистика - наука о звуковых кодах невербальной информации.

Проксемика - наука о пространстве коммуникации, его структуре и функциях.

Регуляторы - это невербальные действия, управляющие усилением или ослаблением разговора между людьми (контакт глазами с говорящим, кивки головой и др.)

РЕКЛАМА (фр.) – информация о потребительских свойствах товаров и видах услуг, наглядная демонстрация их достоинств с целью их реализации и создания спроса на них.

РЕФЛЕКСИЯ (лат. *обращение назад*) – процесс самопознания субъектом внутренних психических актов и состояний.

РЕЧЕВОЙ АППАРАТ – губы, язык, челюсти, зубы, твёрдое и мягкое нёбо, маленький язычок, гортань, задняя стенка глотки (зева), голосовые связки.

РЕЧЬ – система используемых человеком звуковых сигналов, письменных знаков и символов для представления, переработки, хранения и передачи информации.

РИТМ – средство дизайнерской композиции, суть которого состоит в пропорционировании пространственных решений для достижения их целостности. Основано

на закономерном чередовании каких-либо их частей и элементов (деталей, форм, объёмов) здания, улицы, двора, площади, города.

РИТОРИКА (греч. *теория красноречия*) – мастерство нахождения и применения способов стройного изложения мыслей, набор речевых правил склонения людей к своим взглядам.

РИТОРИЧЕСКИЕ ЭФФЕКТЫ – совокупность риторических приёмов.

Соционика - учение о восприятии человеком информации об окружающей реальности и информационном взаимодействии между людьми. В более узком прикладном смысле - об одной из сторон психологической совместимости, ключевым понятием которой является "тип информационного метаболизма" (ТИМ, социотип, психотип).

Самоадаптаторы - жесты, которые связаны с телом (почесывание, похлопывание, потягивание, пожимание плечами).

Семиотика - (греч. *semeion* – знак) – научная дисциплина, изучающая производство, строение и функционирование различных знаковых систем, хранящих и передающих информацию. Изучает любые знаковые системы, их общие свойства: телеграфный код, флажная сигнализация, дорожные знаки, воинские знаки различия, жестовые языки

СОЦИАЛЬНОЕ ПРОСТРАНСТВО – межсубъектное пространство (физическое, экономическое, культурное и т.д.), сотворённое и постоянно сотворяемое в процессе общения.

СПИЧРАЙТЕР – специалист по подготовке речей, докладов, выступлений, разработки режиссуры их вербального и невербального представления. Как правило, принимает непосредственное участие в практической подготовке выступающего.

СПОНТАННЫЙ ИМИДЖ – облик человека, сформированный под влиянием различных обстоятельств, а потому часто внутренне противоречивый, отражает дисгармонию между внешним (демонстрируемым) и внутренним (проживаемым) состояниями.

СТАТИКА (статическая, -ий, -ое, -ие) – средство композиции: определённое взаиморасположение частей и элементов целого, вследствие чего целое воспринимается устойчивым, неизменным, монументальным. Антоним – динамика.

СТИЛЬ – идейная и художественная общность приёмов определённого периода и в отдельном произведении (объекте дизайна); художественно-пластическая однородность предметной среды.

ТЕМБР – окраска звука, яркость, а также мягкость, теплота, индивидуальность. В звучании голоса всегда присутствует основной тон и ряд обертонов, т.е. дополнительных звуков. Чем их больше, тем ярче, красочнее, сочнее звуковая палитра человеческого голоса.

ТЕСТ – один из методов стандартизированного испытания, выполнение которого может дать возможность определить знания человека, особенности его познавательных процессов (внимания, мышления и т.д.).

ТЕХНИКА РЕЧИ – 1) совокупность умений и навыков, применяемых для оптимального звучания речи; 2) владение приёмами эффективного использования речевого аппарата.

УБЕЖДЕНИЕ – главный метод словесного программно-целевого воздействия на личность.

Физиогномика - система знаний, которая позволяет определить тип личности человека и его душевные качества (как природные, так и приобретённые) исходя из анализа характерных особенностей лица и выражения.

Физиогномика — эзотерическое и оккультное учение. Трактовалась не иначе как химерическое искусство, так как изучавшие её софисты хотя и горячо отстаивали тесную связь между внешним обликом человека и его внутренними качествами, но доказать этого положения более или менее наглядно не могли. Она уходит корнями в традицию житейского опыта, с незапамятных времен откладывавшуюся в фольклоре, в преданиях разного рода знахарей, гадателей.

ФАСЦИНАЦИЯ (англ. *очарование*) – словесное воздействие на людей, при котором потери информации в общении сводятся к минимуму.

ФЕЙСБИЛДИНГ (англ.) – строительство лица.

ФИГУРА – 2-мерная или 3-мерная модель какого-либо явления действительности.

ФИЗИОГНОМИКА – наука о геометрии и мышечной структуре лица, характерных мимических выражениях.

ФИЗИОГНОМИЯ (греч. два слова: *природа и знание*) – познание лица человека и познание человека по его лицу.

ФУНКЦИИ ОДЕЖДЫ – защитная, утилитарная, эстетическая, эротическая и т.д.

Характер - Характер, общеэстетический термин: группа черт персонажа, по Аристотелю то, что заставляет нас называть действующие лица каковыми-нибудь.

Характер в драматургии, литературе: образ действующего лица, один из способов типизации (наряду с маской и амплуа).

Характер (психология) — целостные свойства личности (нрав), постоянно проявляющиеся в её поведении (в отношениях к миру и людям). По сути, характер личности состоит из привычек и установок.

Социальный характер — особый склад социального поведения (например, Авторитарный характер).

Хронемика - наука о времени коммуникации, его структурных, семиотических и культурных функциях.

ЦВЕТОВОЙ ТИП – спецификация внешнего облика человека в зависимости от цвета кожи, глаз, волос.

ЭКСПРЕССИЯ (лат. *выражение*) – выразительный, способный отразить эмоциональное состояние.

Эмблемы - невербальные акты, имеющие точный перевод на вербальный язык.