Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Северо-Осетинский государственный университет имени Коста Левановича Хетагурова»

УТВЕРЖДАЮ
проректор по учебной работе
_____ А. М. Дигурова
«28» мая 2019 года

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Деловые коммуникации и технологии продаж

Направление 43.03.02**Туризм**

Профиль "Технология и организация туроператорских и турагентских услуг"

Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

Форма обучения – очная

Владикавказ 2019

Программа составлена в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 43.03.02 Туризм, профиль подготовки «Технология и организация туроператорских и турагентских услуг», утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017 г. №516, учебным планом подготовки бакалавров по направлению подготовки 43.03.02 Туризм, утвержденным Ученым советом ФГБОУ ВО «СОГУ» от 28.05.2019 г., протокол № 10.

Составитель: доцент кафедры предпринимательства, сервиса и туризма, к.г.н. З.Ю. Калоева.

Рабочая программа обсуждена и утверждена на заседании кафедры предпринимательства, сервиса и туризма:
протокол от « 21» 03 2019 г. № 7.

Одобрена советом факультета экономики и управления:
протокол от «21» 03 2019 г. № 5.

1. Структура и общая трудоемкость дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины -4 зачетные единицы
Форма контроля – Экзамен

	Очная форма обучения
Курс	4 курс
Семестр	7 семестр
Лекции	34
Практические занятия	34
Лабораторные занятия	-
Консультации	-
Итого аудиторных часов	68
Самостоятельная работа	49
Курсовая работа	-
Форма контроля	27
Экзамен	7 семестр
Зачет	-
Общее количество часов	144

2. Цели и задачи освоения дисциплины

Цель – освоить деловые коммуникации и применять их в продажах туристского продукта

Задачи:

1. Изучение теоретических основ, структуры и содержания процесса деловой коммуникации.
2. Обучение эффективным технологиям в области деловых коммуникаций для реализации их в процессе профессиональной деятельности.
3. Развитие навыков деловой коммуникации (написание деловых писем, проведение совещаний, презентаций, ведение деловой беседы, деловых переговоров и т.д.).
4. Формирование самостоятельного эффективного коммуникативного стиля, способности и навыков продуктивного делового поведения, реагирования и взаимодействия.
5. Формирование у студентов знаний об основных понятиях в области технологии продаж, роли потребностей целевой аудитории, особенности современных инструментов интегрированных коммуникаций в туризме.

3. Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата

Блок 1. Часть, формируемая участниками образовательных отношений Б1.В.12.04 Деловые коммуникации и технологии продаж.

Дисциплина является фундаментальной основой для формирования знания по созданию условий для формирования рынка услуг туризма с учетом применения прогрессивных технологий. Формирует представления по участию в организации, планировании и совершенствовании деятельности служб туризма и разрабатывать мероприятия по повышению эффективности их деятельности. Помогает разрабатывать стратегию и тактику деятельности предприятий и организаций, представляющих услуги туризма. Оказывает методическую и практическую помощь по принятию управленческих решений в рамках компетенции и осуществлять связь с общественностью. В целом способствует приобретению

организационных навыков по обеспечиванию эффективной деятельности предприятий и организаций, представляющих услуги по рекреации и туризму. Опорные знания студенты получают при освоении дисциплин «Основы экономических знаний», «Правовое регулирование в туристской деятельности», «Введение в туризм», «Деловые коммуникации и культура речи», «Организация туроперейтинга», «Организация туристской деятельности»,

«Технология туристской деятельности», «Документационное обеспечение в туризме» и др.

4. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций.

Коды компетенций	Содержание компетенций
УК-4.	Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)
ПК-3	Способен разрабатывать и применять технологии обслуживания туристов с использованием технологических и информационно-коммуникативных технологий

Взаимосвязь планируемых результатов обучения по дисциплине с формируемыми компетенциями ОПОП

Коды и индикаторы компетенций ОПОП	**Планируемые результаты обучения, соответствующие формируемым компетенциям ОПОП**		
	Знать	**Уметь**	**Владеть**
УК-4.2 Свободно воспринимает, анализирует и критически оценивает устную и письменную деловую информацию на русском и иностранном языке.	-виды официальных и неофициальных деловых писем, стилистические особенности и требования к оформлению деловых писем; социокультурные различия в формате деловой корреспонденции основы построения публичной и научной речи	вести деловую переписку с учетом стилистических особенностей и требований к оформлению деловых писем; осуществлять деловую переписку, учитывая социокультурные различия в формате деловой корреспонденции -	навыками ведения деловой переписки с учетом стилистических особенностей и требований к оформлению официальных и неофициальных деловых писем; осуществления деловой переписки с учетом социокультурных различий в формате деловой корреспонденции
ПК-3.3. Ведет переговоры с партнерами, согласовывает условия взаимодействия по реализации туристских продуктов.	каналы продвижения и реализации турпродукта, формы организации сбыта туристского продукта.	внедрять информационные и коммуникационные технологии в процесс продвижения туристского продукта	навыками по организации туристского продукта и налаживанию взаимовыгодного сотрудничества турфирм с поставщиками туристских услуг

5. Содержание и учебно-методическая карта дисциплины

Таблица 5.1

Номер недели	**Название раздела, темы, занятия; перечень изучаемых вопросов**	**лек**	**Прак.**	**самостоятельна я работа студентов**		Лит ра	Форма контроля
	7-ий семестр	**час ы**	**часы**		**Часы**		
1- 2	**Тема 1. Деловая коммуникация, ее сущность и характеристики.** Понятие коммуникации. Типы и виды коммуникаций. Специфика и основные задачи деловой коммуникации. Предметно-целевое содержание деловой коммуникации, соблюдение формально-ролевых принципов взаимодействия. Коммуникативная компетентность. Коммуникативные роли (модели поведения) в процессе делового общения. Коммуникативная культура в деловом общении.	**4**	**4**	Тема 1. Деловая коммуникация, ее сущность и характеристики. Понятие коммуникации. Типы и виды коммуникаций. Специфика и основные задачи деловой коммуникации. Предметно- целевое содержание деловой коммуникации, соблюдение формально-ролевых принципов взаимодействия. Коммуникативная компетентность. Коммуникативные роли (модели поведения) в процессе делового общения. Коммуникативная культура в деловом общении.	9	А)[1] б) [1] в)[2, 3]	Опрос

3- 4	**Тема 2. Коммуникационный процесс: содержание, элементы и этапы.** Способы передачи и приема информации. Содержание коммуникационного процесса. Элементы и этапы коммуникационного процесса. Условия эффективного речевого воздействия. Барьеры в коммуникациях: причины и условия возникновения, приемы устранения.	**4**	**4**	Тема 2. Коммуникационный процесс: содержание, элементы и этапы. Способы передачи и приема информации. Содержание коммуникационного процесса. Элементы и этапы коммуникационного процесса. Условия эффективного речевого воздействия. Барьеры в коммуникациях: причины и условия возникновения, приемы устранения.	4	А)[1] б) [1] в)[2, 3]	Опрос, оценка за решение практической задачи
5-6.	**Тема 3. Средства деловой коммуникации** Вербальные средства делового общения. Деловое общение как обмен информацией. Психотехника речи. Стили (мужской, женский) и виды слушания (пассивное, активное). Приемы активного слушания. Функции невербальных средств общения: дополнение речи, замещение речи, репрезентация эмоциональных состояний. Роль невербальных средств в процессе общения, их классификация.	4	**4**	**Тема3**. . Средства деловой коммуникации Вербальные средства делового общения. Деловое общение как обмен информацией. Психотехника речи. Стили (мужской, женский) и виды слушания (пассивное, активное). Приемы активного слушания. Функции невербальных средств общения: дополнение речи, замещение речи, репрезентация эмоциональных состояний. Роль невербальных средств в процессе общения, их классификация.	4	А)[1] б) [1] в) 2, 3]	Опрос, доклад

7-8.	**Тема4. Устные деловые коммуникации** Виды деловых коммуникаций. Деловая беседа: этапы, принципы и правила проведения. Особенности ведения деловой дискуссии. Деловая беседа по телефону: базовые правила телефонного общения. Подготовка, организация и проведение совещаний. Способы нейтрализации «блокирующих» ситуаций в ходе совещания. Публичное выступление: психологическая основа и языковые средства. Методика и техника организации публичного выступления. Проведение презентации. Искусство ведения деловых переговоров. Техники эффективной деловой коммуникации при контакте с деловым партнером (в том числе, в неблагоприятных ситуациях). Публичное выступление в системе деловых коммуникаций. Презентация: цели и виды	4	**4**	**Тема 4.** Устные деловые коммуникации Виды деловых коммуникаций. Деловая беседа: этапы, принципы и правила проведения. Особенности ведения деловой дискуссии. Деловая беседа по телефону: базовые правила телефонного общения. Подготовка, организация и проведение совещаний. Способы нейтрализации «блокирующих» ситуаций в ходе совещания. Публичное выступление: психологическая основа и языковые средства. Методика и техника организации публичного выступления. Проведение презентации. Искусство ведения деловых переговоров. Техники эффективной деловой коммуникации при контакте с деловым партнером (в том числе, в неблагоприятных ситуациях). Публичное выступление в системе деловых коммуникаций. Презентация: цели и виды	4	А)[1] б) [1] в)[2, 3]	Опрос, презентация

9-10.	**Тема 5. Письменные деловые коммуникации** Специфика, возможности и ограничения письменной деловой коммуникации. Внутренние и внешние письменные коммуникации.Внутренняя переписка: докладные, служебные, объяснительные записки и т.д.; характеристика, особенности текста. Внешняя переписка: характеристика, особенности текста, использование стандартных языковых формул (клише). Основные виды письменных сообщений. Основные проблемы письменной коммуникации. Электронная коммуникация: сущность, особенности и функции.	4	**4**	Тема 5.Письменные деловые коммуникации Специфика, возможности и ограничения письменной деловой коммуникации. Внутренние и внешние письменные коммуникации. Внутренняя переписка: докладные, служебные, объяснительные записки и т.д.; характеристика, особенности текста. Внешняя переписка: характеристика, особенности текста, использование стандартных языковых формул (клише). Основные виды письменных сообщений. Основные проблемы письменной коммуникации. Электронная коммуникация: сущность, особенности и функции.	4	А)[1] б) [1] в)[2, 3]	Опрос, оценка за решение практической задачи, презентация

11-12.	**Тема6. Управление организационными коммуникациями** Значение организационных коммуникаций в функционировании организации. Направления коммуникаций. Управление конфликтами. Сущность и специфика этики деловых отношений. Этика делового общения: этические нормы и принципы. Этические проблемы деловы хотношений. Манипуляции в деловом общении, их характеристика. Правила нейтрализации манипуляций. Взаимное доверие как основа деловой этики. Приемы, стимулирующие общение и создание доверительных отношений. Межкультурная коммуникация. Межкультурные различия в деловой коммуникации. Межкультурная дифференциация: когнитивные константы и культурологические модели. Взаимосвязь национальной ментальности и корпоративной культуры. Национальный этикет делового общения.	**4**	**4**	**Тема 6.** Управление организационными коммуникациями Значение организационных коммуникаций в функционировании организации. Направления коммуникаций. Управление конфликтами. Сущность и специфика этики деловых отношений. Этика делового общения: этические нормы и принципы. Этические проблемы деловы хотношений. Манипуляции в деловом общении, их характеристика. Правила нейтрализации манипуляций. Взаимное доверие как основа деловой этики. Приемы, стимулирующие общение и создание доверительных отношений. Межкультурная коммуникация. Межкультурные различия в деловой коммуникации. Межкультурная дифференциация: когнитивные константы и культурологические модели. Взаимосвязь	6	А)[1] б) [1] в)[2, 3]	Опрос, презентация

				национальной ментальности и корпоративной культуры. Национальный этикет делового общения.			
15-14	**Тема7. Введение в технологии продаж** Психологические аспекты продажи в сфере туризма и гостеприимства. Основные стадии и этапы поведения покупателей. Способы прямого и косвенного воздействия на клиентов. Профессиональные качества продавца, -Факторы подбора персонала. Типы покупателей. Способы создания торгового контакта. Стрессы в работе работников в сфере туризма и гостеприимства. Управление технологией продажи. Активные и пассивные приемы продажи. Классификация форм и методов продажи -Интерьер мест продажи. Понятие о качестве и культуре торгового обслуживания. Планировка мест продажи и пространственное размещение услуг в сфере туризма и гостеприимства.	**4**	**4**	**Тема 7.** Введение в технологии продаж Психологические аспекты продажи в сфере туризма и гостеприимства. Основные стадии и этапы поведения покупателей. Способы прямого и косвенного воздействия на клиентов. Профессиональные качества продавца, -Факторы подбора персонала. Типы покупателей. Способы создания торгового контакта. Стрессы в работе работников в сфере туризма и гостеприимства. Управление технологией продажи. Активные и пассивные приемы продажи. Классификация форм и методов продажи -Интерьер мест продажи. Понятие о качестве и культуре торгового обслуживания. Планировка мест продажи и пространственное размещение услуг в сфере туризма и гостеприимства.	6	А)[1] б) [1] в)[1, 2, 3]	презен тация

15-16	**Тема 8. Методы прямого и косвенного воздействия на покупательское поведение потребителей** Цели воздействия на покупателей и условия их применения. Понятие о рекламном аргументе. Оценка вариантов воздействия на поведение покупателей. Формирование бюджета мероприятий по управлению покупательским поведением. Способы оптимизации затрат и условия их применения.	**4**	**4**	**Тема 8.** Методы прямого и косвенного воздействия на покупательское поведение потребителей Цели воздействия на покупателей и условия их применения. Понятие о рекламном аргументе. Оценка вариантов воздействия на поведение покупателей. Формирование бюджета мероприятий по управлению покупательским поведением. Способы оптимизации затрат и условия их применения.	6		прос, презентация
17-18.	**Тема 9. Ценовое, технологическое и мотивационное стимулирование сбыта услуг** в **сфере туризма и гостеприимства.** Понятие о стимулировании сбыта товаров и услуг. Цена как фактор управления поведением покупателей. Экономическое стимулирование сбыта: ценовые и неценовые методы. Технологическое стимулирование сбыта. Мотивационное стимулирование сбыта.	**2**	**2**	Ценовое, технологическое и мотивационное стимулирование сбыта услуг в сфере туризма и гостеприимства. Понятие о стимулировании сбыта товаров и услуг. Цена как фактор управления поведением покупателей. Экономическое стимулирование сбыта: ценовые и неценовые методы. Технологическое стимулирование сбыта. Мотивационное стимулирование сбыта.	6	А)[1] б) [1] в)[1, 2, 3]	Опрос, презентация
	ИТОГО	**34**	**34**	**экзамен**	**49**		

Примечание: Все виды учебной работы могут проводиться дистанционно на основании локальных нормативных актов.

В целях реализации индивидуального подхода к обучению студентов, осуществляющих учебный процесс по индивидуальной траектории в рамках индивидуального рабочего плана, изучение данной дисциплины может осуществляться через индивидуальные консультации преподавателя очно, в часы консультаций, по электронной почте, а также с использованием Webex, платформы дистанционного обучения Moodle, личный кабинет студента на сайте СОГУ, других элементов ЭИОС СОГУ.

6. Образовательные технологии

Для достижения планируемых результатов освоения дисциплины, используются различные образовательные технологии:

- традиционные лекции и практические (семинарские) занятия с использованием современных интерактивных технологий;
- лекция-диалог – содержание подается через серию вопросов, на которые студент должен отвечать непосредственно в ходе лекции.
- доклад (реферат) – студент готовит краткое сообщение по вопросу темы, оформляет работу в соответствии с требованиями и сдает ее преподавателю;
- онлайн-семинар – разновидность веб-конференции, проведение онлайн-встреч или презентаций через Интернет в режиме реального времени. Каждый из участников находится у своего компьютера (средства связи), а связь между ними поддерживается через Интернет посредством загружаемого приложения, установленного на компьютере каждого участника (Zoom, Meet, Skype, Webex и др.);
- кейс-технологии - развивающего обучения, в том числе процедуры группового, коллективного, индивидуального развития и формирования всесторонних личностных качеств студентов;
- видеоконференция – сеанс видеоконференцсвязи (ВКС) – это технология интерактивного взаимодействия двух и более участников образовательного процесса для обмена информацией в реальном режиме времени.
- презентация - студент готовит сообщение по выбранной теме и наглядно представляет в документе, созданным в каком-либо конструкторе для создания мультимедийных презентаций (в нашем случае это PowerPoint), и состоящий из определенной последовательности страниц, содержащих текстовую, графическую, видео и аудио информацию.

Технология электронного обучения - реализуется при помощи электронной образовательной среды СОГУ (при использовании ресурсов ЭБС), в ходе проведения автоматизированного тестирования и т. д.

7. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы.

Самостоятельная работа обучающихся является одним из видов учебных занятий.

Самостоятельная работа проводится с целью:

- систематизации и закрепления полученных теоретических знаний и практических умений обучающихся;
- углубления и расширения теоретических знаний;
- формирования умений использовать нормативную, правовую, справочную документацию и специальную литературу;
- формирования самостоятельности мышления, способностей к саморазвитию, самосовершенствованию и самореализации;
- развития исследовательских умений.

Самостоятельная работа обучающихся осуществляется на протяжении изучения всей дисциплины в соответствии с утвержденной в учебном плане трудоемкостью ***(для очной формы обучения 49 часов)*** и состоит из:

- работы студентов с лекционными материалами, поиска и анализа литературы и электронных источников информации по заданной теме;
- выполнения заданий для самостоятельной работы в ЭИОС СОГУ;
- изучения теоретического, правового и статистического материала для подготовки к семинарским занятиям;
- подготовки **к экзамену.**

Темы и формы внеаудиторной самостоятельной работы, ее трудоёмкость содержатся в разделе 5, табл. 5.1.

Методические рекомендации по написанию рефератов (докладов)

Реферат (доклад)— письменная работа по определенной научной проблеме, краткое изложение содержания научного труда или научной проблемы. Он является действенной формой

самостоятельного исследования научных проблем на основе изучения текстов, специальной литературы, а также на основе личных наблюдений, исследований и практического опыта. Реферат помогает выработать навыки и приемы самостоятельного научного поиска, грамотного и логического изложения избранной проблемы и способствует приобщению студентов к научной деятельности.

Последовательность работы:

1. Выбор темы исследования. Тема реферата выбирается студентом на основе его научного интереса. Также помощь в выборе темы может оказать преподаватель.
2. Планирование исследования. Включает составление календарного плана научного исследования и плана предполагаемого реферата. Календарный план исследования включает следующие элементы: выбор и формулирование проблемы, разработка плана исследования и предварительного плана реферата; сбор и изучение исходного материала, поиск литературы; анализ собранного материала, теоретическая разработка проблемы; сообщение о предварительных результатах исследования; литературное оформление исследовательской проблемы; обсуждение работы (на семинаре и т. п.).
3. План реферата характеризует его содержание и структуру. Он должен включать в себя: введение, где обосновывается актуальность проблемы, ставятся цель и задачи исследования; основная часть, в которой раскрывается содержание проблемы; заключение, где обобщаются выводы по теме и даются практические рекомендации.
4. Поиск и изучение литературы. Для выявления необходимой литературы следует обратиться в библиотеку или к преподавателю. Подобранную литературу следует зафиксировать согласно ГОСТ по библиографическому описанию произведений печати.

Для разработки реферата достаточно изучение 4-5 важнейших статей по избранной проблеме. При изучении литературы необходимо выбирать материал, не только подтверждающий позицию автора реферата, но и материал для полемики.

Обработка материала. При обработке полученного материала автор должен: систематизировать его по разделам; выдвинуть и обосновать свои гипотезы; определить свою позицию, точку зрения по рассматриваемой проблеме; уточнить объем и содержание понятий, которыми приходится оперировать при разработке темы; сформулировать определения и основные выводы, характеризующие результаты исследования; окончательно уточнить структуру реферата.

5. Оформление реферата. При оформлении реферата рекомендуется придерживаться следующих правил: Следует писать лишь то, чем автор хочет выразить сущность проблемы, ее логику; Писать строго последовательно, логично, доказательно (по схеме: тезис – обоснование – вывод); Писать ярко, образно, живо, не только вскрывая истину, но и

отражая свою позицию, пропагандируя полученные результаты; Писать осмысленно, соблюдая правила грамматики, не злоупотребляя наукообразными выражениями.

Реферат выполняется в соответствии с требованиями стандартов, разработанных для данного вида документов. Работа должна быть выполнена на белой бумаге стандартного листа А4. Текст должен быть отпечатан на компьютере в текстовом редакторе Microsoft Word и отвечать следующим требованиям: параметры полей страниц должны быть в пределах: верхнее и нижнее – по 20 мм, правое – 10 мм, левое – 30 мм, шрифт – Times New Roman , размер шрифта – 14, межстрочный интервал – полуторный. Лента принтера – только чёрного цвета. Нумерация страниц в реферате должна быть сквозной, начиная с третьей страницы. Номер проставляется арабскими цифрами вверху каждой страницы справа.

При изложении материала необходимо придерживаться принятого плана.

Библиографический список составляется на основе источников, которые были просмотрены и изучены студентом при написании реферата. Данный список отражает самостоятельную творческую работу студента, что позволяет судить о степени его подготовки и углублении в выбранную тематику. Вся использованная литература размещается в следующем порядке: законодательные акты, постановления, нормативные документы; вся учебная литература в алфавитном порядке, затем средства периодической печати в алфавитном порядке; источники из сети Интернет.

Методические рекомендации по созданию мультимедийной презентации

Структура и содержание презентации – это личное творчество автора. Полезно использовать шаблоны оформления для подготовки компьютерной презентации.

Слайды желательно не перегружать текстом, лучше разместить короткие тезисы. На слайдах необходимо демонстрировать небольшие фрагменты текста доступные для чтения на расстоянии; 2-3 фотографии или рисунка. Наиболее важный материал лучше выделить.

Таблицы с цифровыми данными плохо воспринимаются со слайдов, в этом случае цифровой материал, по возможности, лучше представить в виде графиков и диаграмм.

Не следует излишне увлекаться мультимедийными эффектами анимации. Особенно нежелательны такие эффекты как вылет, вращение, волна, побуквенное появление текста и т.д. Оптимальная настройка эффектов анимации – появление, в первую очередь, заголовка слайда, а затем — текста по абзацам. При этом если несколько слайдов имеют одинаковое название, то заголовок слайда должен постоянно оставаться на экране. Чтобы обеспечить хорошую читаемость презентации необходимо подобрать темный цвет фона и светлый цвет шрифта. Нельзя также выбирать фон, который содержит активный рисунок.

Желательно подготовить к каждому слайду заметки по докладу. Затем распечатать их и использовать при подготовке или на самой презентации. Можно распечатать некоторые ключевые слайды в качестве раздаточного материала.

Необходимо обязательно соблюдать единый стиль оформления презентации и обратить внимание на стилистическую грамотность.

Следует пронумеровать слайды. Это позволит быстро обращаться к конкретному слайду в случае необходимости.

Рекомендации по содержанию и структуре слайдов мультимедийной презентации: 1-й слайд (титульный), на фоне которого студент представляет тему проекта, ФИО и научного руководителя.

2-й слайд. Включает в себя объект, предмет и гипотезу исследования.

3-й слайд. Содержит цель и задачи исследования. Цель проекта должна быть написана на экране крупным шрифтом. Здесь же, если позволяет место, можно написать и задачи. Задачи могут быть представлены и на следующем слайде.

4-й - слайд. Содержит структуру работы, которую можно предоставить, например, в виде графических блоков со стрелками. А также – перечисление применяемых методов и методик.

5-й - слайд. Представляется содержание и теоретическая значимость проекта. Суть решаемой проблемы может быть представлена в виде схем, таблиц, диаграмм, графиков, фотографий, фрагментов фильмов и т.п. На теоретическую часть представления проекта должно быть создано несколько слайдов.

6-й - слайд. Возможности применения результатов работы на практике. На эту тему также должно быть несколько слайдов.

7-й слайд. Главные выводы, итоги, результаты проекта целесообразно поместить на отдельном слайде. При этом не следует перечислять то, что было сделано, а лаконично изложить суть значимости проекта или полученных результатов исследования.

Последний слайд. В конец презентации желательно поместить слайд с текстом «Спасибо за внимание!».

Методические указания по проведению практических занятий по дисциплине «Деловые коммуникации и технологии продаж»

Практические занятия призваны научить студента самостоятельно работать с учебными текстами, анализировать материал. В начале занятия рекомендуется рассмотреть соответствующий теоретический материал. Затем идет практический разбор изучаемого материала, решаются задачи из практикума, разбирается каждый конкретный пример.

В начале практического занятия следует обратить внимание на теоретические вопросы по теме занятия. Первоначально идет изложение теоретического материала темы занятия. Затем в ряде вопросов преподавателя следует сконцентрировать внимание на основных идеях темы занятия. Вопросы должны включать в себя различные вариации элементарных ситуаций, отображающих основные идеи темы занятия в их взаимной взаимосвязи. Задаваемые вопросы должны быть конкретными и максимально проявлять в студентах их сообразительность.

Устный опрос требует от преподавателя большой предварительной подготовки: тщательного отбора содержания, всестороннего продумывания вопросов, задач и примеров,

которые будут предложены, путей активизации деятельности всех студентов группы в процессе проверки, создания на занятии деловой и доброжелательной обстановки.

Различают фронтальный, индивидуальный и комбинированный опрос. Фронтальный опрос проводится в форме беседы преподавателя с группой.

Он органически сочетается с повторением пройденного, являясь средством для закрепления знаний и умений. Его достоинство в том, что на активную умственную работу можно вовлечь всех студентов группы. Для этого вопросы должны допускать краткую форму ответа, быть лаконичными, логически взаимосвязанными друг с другом, даны в такой последовательности, чтобы ответы студентов в совокупности могли раскрыть содержание раздела, темы. С помощью фронтального опроса преподаватель имеет возможность проверить выполнение студентами домашнего задания, выяснить готовность группы к изучению нового материала, определить сформированность основных понятий, усвоение нового учебного материала, который был только что разобран на занятии.

Индивидуальный опрос предполагает обстоятельные, связные ответы студентов на вопрос, относящийся к изучаемому учебному материалу, поэтому он служит важным учебным средством развития речи, памяти, мышления студентов. Чтобы сделать такую проверку более глубокой, необходимо ставить перед студентами вопросы, требующие развернутого ответа.

Вопросы для индивидуального опроса должны быть четкими, ясными, конкретными, емкими, иметь прикладной характер, охватывать основной, ранее пройденный материал программы. Их содержание должно стимулировать студентов логически мыслить, сравнивать, анализировать, доказывать, подбирать убедительные примеры, устанавливать причинно-следственные связи, делать обоснованные выводы и этим способствовать объективному выявлению знаний студентов.

Вопросы обычно задают всей группе и после небольшой паузы, необходимой для того, чтобы студенты поняли его и приготовились к ответу, вызывают для ответа конкретного студента. **Письменная проверка** наряду с устной является важнейшим методом контроля знаний, умений и навыков студентов. Однородность работ, выполняемых студентами, позволяет предъявлять ко всем одинаковые требования, попытает объективность оценки результатов обучения. Применение этого метода дает возможность в наиболее короткий срок одновременно проверить усвоение учебного материала всеми студентами группы, определить направления для

индивидуальной работы с каждым.

Письменная проверка используется во всех видах контроля и осуществляется как в аудиторной, так и во внеаудиторной работе (выполнение домашних заданий).

Методические рекомендации по использованию информационно-коммуникативных технологий обучения

Для изучения лекционного материала дисциплины применяются аудиовизуальные (мультимедийные) технологии, которые не отрицают традиционные, проверенные временем методы преподавания, но, при этом, они повышают наглядность, информативность, оперативность в подаче информации, позволяют экономить время занятий.

Каждое семинарское занятие имеет свою особую форму проведения, свою методологическую специфику, что позволяет развивать у студентов различные как общекультурные, так и профессиональные компетенции. Постановка проблемы, разбор актуальных конкретных и гипотетических ситуаций, создание атмосферы диалога между преподавателем и группой позволяет работать индивидуально и в малых группах, коллективно обсуждать определенный темами материал, а также инициировать самостоятельную работу студентов. При осмыслении содержания вопросов практических занятий преследуется цель соблюдать преемственность в профессиональном и в творческом развитии студентов.

Контроль самостоятельной работы студентов призван сделать процесс обучения более целостным и органичным. Его задача не оставить без внимания даже, на первый взгляд, малозначительные вопросы.

Компьютерное тестирование позволяет осуществлять итоговый контроль знаний студентов. Тестовый материал включает в себя содержание вопросов по каждому из обозначенных программой разделов.

Каждый вопрос предполагает несколько вариантов ответов, среди которых имеются абсолютно неверный, правильный и в большей или меньшей степени раскрывающий сущность

вопроса. В процессе компьютерного тестирования задача студентов определяется как выбор правильного ответа из многообразия вариантов. В тестовых заданиях есть вопросы на соответствие. В процессе компьютерного тестирования, задача студента определяется как выбор правильного ответа из многообразия вариантов.

Вопросы и темы, отводимые на выполнение самостоятельной работы по дисциплине, а также критерии оценивания по каждому виду работы содержатся в разделе 8 РПД.

8. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, рубежной аттестации и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины

Рабочая программа предусматривает проведение лекционных и практических занятий, а также следующие виды работ: самостоятельную работу студентов по подготовке устных докладов, написанию рефератов, подготовку презентаций и обсуждений по темам дисциплины - работу в активной и интерактивной формах.

Виды контроля.

Рабочая программа предполагает текущий и промежуточный контроль знаний.

Текущий контроль – это непрерывно осуществляемый мониторинг уровня усвоения знаний и формирования умений и навыков в течение семестра или учебного года. Текущий контроль знаний, умений и навыков студентов осуществляется в ходе учебных (аудиторных) занятий, проводимых по расписанию. Формами текущего контроля выступают *опросы на практических занятиях, а также короткие (до 15 мин.) задания,* выполняемые студентами в начале лекции с целью проверки наличия знаний, необходимых для усвоения нового материала или в конце лекции для выяснения степени усвоения изложенного материала.

Рубежный контроль осуществляется по более или менее самостоятельным разделам – учебным модулям курса и проводится по окончании изучения материала модуля в заранее установленное время. Рубежный контроль проводится с целью определения качества усвоения материала учебного модуля в целом. В течение семестра проводится два таких контрольных мероприятия по графику.

Темы и критерии оценивания самостоятельной работы обучающихся по дисциплине Примерная тематика вопросов для самостоятельной работы

1. Объясните, почему деловая беседа рассматривается как форма деловой коммуникации.
2. В чем заключается подготовка к деловой беседе? Каким принципам и правилам необходимо следовать при проведении беседы?
3. В чем заключается принципиальное отличие нерефлексивного и рефлексивного слушания?
4. Перечислите сигналы обратной связи рефлексивного слушания. Приведите примеры.
5. Какие вопросы используются во внешнем диалоге? Приведите примеры.
6. Перечислите факторы, предопределяющие действенность публичного выступления. Какие требования предъявляются к технике речи оратора?
7. В чем заключается подготовка к публичному выступлению? Какие трудности могут возникнуть в публичном выступлении и как их можно предотвратить?
8. В чем заключается специфика проведения презентации?
9. Назовите техники эффективной деловой коммуникации при контакте с деловым партнером.
10. В чем заключается подготовка сторон к переговорам?
11. Сравните позиционный торг и переговоры на основе взаимного учета интересов. Каковы преимущества и недостатки этих двух стратегий ведения переговоров?
12. Какие этапы можно выделить в процессе ведения переговоров?
13. Следует ли начинать предварительный обмен информацией относительно позиций участников переговоров с дискуссионных вопросов? Объясните, почему.
14. Что такое переговорное пространство и почему выбранное решение должно находиться в его рамках?
15. Товародвижение в управлении продажами.
16. Стратегии распределения товарной продукции.

17. Стратегии продвижения товара на рынок.
18. Ценовые стратегии в управлении продажами.
19. Стратегии управления клиентами.
20. Современная концепция управления продажами.
21. Организационная культура и этика поведения торгового персонала.
22. Общение и переговоры с покупателями.
23. Преодоление возражений и отказов покупателей.
24. Создания условий и завершение сделки по продаже товара.
25. Мотивация как функция управления продажами.
26. Программы мотивации продаж.
27. Мотиваторы и регуляторы продаж товарной продукции.

Примерная тематика рефератов, докладов

1. Коммуникация как основа деловых отношений.
2. Специфика и основные задачи деловой коммуникации.
3. Коммуникативная культура современного специалиста.
4. Соблюдение норм языка и культуры речи в деловой коммуникации.
5. Коммуникативные модели взаимодействия деловых партнеров.
6. Обратная связь в деловой коммуникации, условия ее эффективности.
7. Убеждение в процессе делового общения.
8. Использование эффектов восприятия в деловом общении.
9. Коммуникативные барьеры в деловой коммуникации и их преодоление.
10. Стратегии устных деловых взаимодействий.
11. Коммуникативные навыки, используемые в деловой беседе.
12. Деловые переговоры, их подготовка и проведение.
13. Коммуникативные эффекты ораторской речи в процессе публичного выступления.
14. Управление неформальными коммуникациями в организации.
15. Языковое своеобразие деловой переписки.
16. Этика и психология речевой деловой коммуникации.
17. Взаимное доверие как основа деловой этики.
18. Основные принципы письменных коммуникаций.
19. Языковое своеобразие деловой переписки.
20. Стратегии письменных деловых коммуникаций.

Оценочный лист защиты рефератов, докладов

Наименование показателя	**Выявленные недостатки и замечания**	**Баллы**
1. КАЧЕСТВО ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОЙ РАБОТЫ (РЕФЕРАТА, ЭКОНОМИЧЕСКОГО ОБЗОРА)		
1. Грамотность изложения и качество оформления работы		0,5
2. Самостоятельность выполнения работы, глубина		0,5
проработки материала, использование рекомендованной и справочной литературы		

3. Обоснованность и доказательность выводов		1
Общая оценка за выполнение ИР		2
II. КАЧЕСТВО ДОКЛАДА		
1.Соответствие содержания доклада содержанию работы		0,5
2.Выделение основной мысли работы		0,5
3.Качество изложения материала		0,5
Общая оценка за доклад		1,5
III. ОТВЕТЫ НА ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ПО СОДЕРЖАНИЮ РАБОТЫ		
Вопрос 1		0,5
Вопрос 2		0,5
Вопрос 3		0,5
Общая оценка за ответы на вопросы		1,5
ИТОГОВАЯ ОЦЕНКА ЗА ЗАЩИТУ		5

Примерный перечень тем для подготовки презентаций

1. Стили и виды слушания: сравнительный анализ.
2. Невербальные компоненты деловых коммуникаций: проблема интерпретации.
3. Деловая беседа и деловая дискуссия: общие и отличительные черты.
4. Как противостоять давлению в деловых переговорах?
5. Манипуляции, применяемые в деловых переговорах: распознавание и нейтрализация.
6. Как провести успешную презентацию?
7. Условия установления успешной телефонной коммуникации и их актуальность.
8. Деловая беседа по телефону: как избежать ошибок?
9. Деловая коммуникация в Интернет: за и против.
10. Этико-психологические принципы делового общения: актуальность в современных условиях.
11. Специфика процесса деловой коммуникации с представителями различных культур.
12. Вербальное межкультурное общение: проявление межкультурных различий в языке и ментальности.
13. Как избежать коммуникативных ошибок при кросс-культурном взаимодействии?
14. Специфика деловых переговоров с представителями Запада (США, страны Европы).
15. Специфика деловых переговоров с представителями Стран Востока.
16. Формулы речевого этикета в различных культурах: сравнительный анализ.
17. Факторы, влияющие на кросс-культурную коммуникацию: стереотипы, предрассудки, дискриминация.
18. Специфика невербальной коммуникации с представителями разных культур

Критерии оценивания студента за подготовку презентации

Критерии/ баллы	**4**	**3**	**2 (требует доработки)**	**1**
Содержание презентации	Четко сформулирована цель и раскрыта тема исследования. В краткой форме дана полная информация по теме	Сформулирована цель и тема исследования. Частично изложена информация по теме исследования и дан ответ на проблемный	Сформулирована цель и тема исследования. Содержание полностью не раскрыто . Информация по теме исследования неточна. Проблема до конца не	Не сформулирована цель и тема исследования. Проблема не решена.

	исследования и дан ответ на проблемный вопрос. Даны ссылки на используемые ресурсы.	вопрос. Даны ссылки на используемые ресурсы.	решена. Не даны ссылки на используемые ресурсы.	
Дизайн презентации	Соблюдается единый стиль оформления. Презентация красочная и интересная. Используются эффекты анимации, фон, фотографии. В презентации присутствуют авторские находки.	Соблюдается единый стиль оформления. Слайды просты в понимании. Используются некоторые эффекты и фон.	Не соблюдается единый стиль оформления. Слайды просты в понимании. Эффекты и фон не используется.	Не соблюдается стиль оформления. Слайды просты в понимании.
Представление презентации	Автор хорошо владеет материалом по теме исследования. Использует научную терминологию. Обладает навыками ораторского искусства. Полно и точно цитируется использованная литература	Автор владеет материалом по теме исследования, но не смог заинтересовать аудиторию. Недостаточно цитируется литература.	Автор не показал компетентности в представлении презентации. Использованные факты не вызывают доверия. Недостаточно цитируется литература.	Представлены искаженные данные

Максимальное количество баллов, которое студент может получить за презентацию -5.

Промежуточный контроль - итоговая оценка знаний студента, осуществляется по накопительной системе суммированием баллов, полученных в процессе текущего и рубежного контроля.

Форма промежуточного контроля –**экзамен.**

Проведение текущего и промежуточного контроля по дисциплине осуществляется в соответствии с Положением СОГУ.

БАЛЛЬНАЯ СТРУКТУРА ОЦЕНКИ

Форма контроля	Макс. кол-во баллов
Текущая оценка студента в течение 1-9 недели состоит из:	**25**
• Выполнения заданий на практических занятиях	15
• Самостоятельных работ	10
1-я рубежная письменная контрольная работа	**25**
Текущая оценка студента в течение 10-18 недели состоит из:	**25**
• Выполнения заданий на практических занятиях	15
• Самостоятельных работ	10
2-я рубежная письменная контрольная работа	**25**
Итого	**100**

Методика формирования результирующей оценки.

В ходе текущего контроля студенты могут набрать 0-100 баллов:

1 –я рубежная аттестация - максимально 50 баллов; из них:

От 0 до 25 баллов – тестирование в центре тестирования СОГУ;

От 0 до 25 баллов – активная работа за данный период на практических занятиях

2- я рубежная аттестация – максимально 50 баллов; из них:

От 0 до25 баллов – тестирование в центре тестирования СОГУ;

От 0 до 25 баллов – активная работа за данный период на практических занятиях Промежуточный контроль: экзамена:

За устный ответ на экзамене студент получает 0-50 баллов.

Студенты, получившие в ходе текущего и рубежного контроля 56-100 баллов автоматически получают «Экзамен».

Результирующая оценка складывается по соответствующей БРС формуле.

Шкала итоговой академической успеваемости студентов по дисциплине

Система оценок СОГУ		
Сумма баллов	Название	Числовой эквивалент
86 - 100	отлично	5
71-85	хорошо	4
56-70	удовлетворительно	3

Вопросы для подготовки к экзамену

1. Коммуникация как основа деловых отношений.
2. Специфика и основные задачи деловой коммуникации.
3. Коммуникативные модели взаимодействия участников деловой коммуникации.
4. Способы передачи и приема информации.
5. Факторы эффективной коммуникации.
6. Элементы и этапы коммуникационного процесса.
7. Обратная связь в деловой коммуникации, условия ее эффективности.
8. Использование эффектов восприятия в деловом общении.
9. Коммуникативные барьеры в деловом общении, причины и условия возникновения.
10. Приемы устранения коммуникативных барьеров.
11. Вербальные средства делового общения.
12. Стили и виды слушания в деловых коммуникациях.
13. Приемы активного слушания в деловом общении.
14. Роль невербальных средств в коммуникации, их классификация.
15. Проблема интерпретации невербальных средств в деловом общении.
16. Деловая беседа, этапы, принципы и правила проведения.
17. Правила и приемы эффективного телефонного общения.
18. Деловые переговоры: подготовка и проведение.
19. Формирование и совершенствование переговорного процесса.
20. Манипуляция, ее типы и признаки. Защита от манипуляций.
21. Организация и проведение делового совещания.
22. Способы нейтрализации «блокирующих ситуаций в ходе совещания.
23. Презентация как форма деловой коммуникации.
24. Самопрезентация в деловых контактах.
25. Специфика, возможности и ограничения письменной деловой коммуникации.
26. Внутренняя переписка:характеристика, особенности текста.
27. Внешняя переписка: характеристика, особенности текста, использование

стандартных языковых формул (клише). Основные требования к оформлению делового письма.

28. Основные виды официальных деловых писем. Внутренние и внешние письменные коммуникации.

29. Коммуникативные навыки, используемые в деловой беседе.

30. Межкультурные различия в деловой коммуникации. Взаимосвязь национальной ментальности и корпоративной культуры.

31. Активные и пассивные приемы продажи. Условия их эффективного применения.

32. Актуальные способы оценки эффективности рекламных аргументов.

33. Визуальная оценка готовности клиента к совершению сделки.

34. Визуальные типы покупателей и их экспресс-оценка.

35. Использование IT-технологий продажи. Их положительные и отрицательные стороны.

36. Психологические типы покупателей и их визуальные характеристики.

37. Способы повышения психологического воздействия цен на поведение покупателей.

38. Способы повышения эффективности видеорекламных аргументов.

39. Ценовые методы стимулирования сбыта и условия их применения.

40. Экономические и социальные типы покупателей. Особенности работы с ними.

41. Экономические неценовые методы стимулирования сбыта и условия их применения.

Оценивание ответа студента на экзамене

Характеристика ответа	***баллы***
Дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показана совокупность осознанных знаний об объекте, проявляющаяся в свободном оперировании понятиями, умении выделить существенные и несущественные его признаки, причинно-следственные связи. Знание об объекте демонстрируется на фоне понимания его в системе данной науки и междисциплинарных связей. Ответ формулируется в терминах науки, изложен литературным языком, логичен, доказателен, демонстрирует авторскую позицию студента.	46-50
Дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показана совокупность осознанных знаний об объекте, доказательно раскрыты основные положения темы; в ответе прослеживается четкая структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий, теорий, явлений. Знание об объекте демонстрируется на фоне понимания его в системе данной науки и междисциплинарных связей. Ответ изложен литературным языком в терминах науки. Могут быть допущены недочеты в определении понятий, исправленные студентом самостоятельно в процессе ответа.	41-45
Дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показано умение выделить существенные и несущественные признаки, причинно- следственные связи. Ответ четко структурирован, логичен, изложен в терминах науки. Однако допущены незначительные ошибки или недочеты, исправленные студентом с помощью «наводящих» вопросов преподавателя.	36-40
Дан полный, но недостаточно последовательный ответ на поставленный вопрос, но при этом показано умение выделить существенные и несущественные признаки и причинно-следственные связи. Ответ логичен и изложен в терминах науки. Могут быть допущены 1–2 ошибки в определении основных понятий, которые студент затрудняется исправить самостоятельно.	31-35

Дан недостаточно полный и недостаточно развернутый ответ. Логика и последовательность изложения имеют нарушения. Допущены ошибки в раскрытии понятий, употреблении терминов. Студент не способен самостоятельно выделить существенные и несущественные признаки и причинно-следственные связи. Студент может конкретизировать обобщенные знания, доказав на примерах их основные положения только с помощью преподавателя. Речевое оформление требует поправок, коррекции.	26-30
Дан неполный ответ, логика и последовательность изложения имеют существенные нарушения. Допущены грубые ошибки при определении сущности раскрываемых понятий, теорий, явлений, вследствие непонимания студентом их существенных и несущественных признаков и связей. В ответе отсутствуют выводы. Умение раскрыть конкретные проявления обобщенных знаний не показано. Речевое оформление требует поправок, коррекции.	21-25
Дан неполный ответ, представляющий собой разрозненные знания по теме вопроса с существенными ошибками в определениях. Присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения. Студент не осознает связь данного понятия, теории, явления с другими объектами дисциплины. Отсутствуют выводы, конкретизация и доказательность изложения. Речь неграмотная. Дополнительные и уточняющие вопросы преподавателя не приводят к коррекции ответа студента не только на поставленный вопрос, но и на другие вопросы дисциплины.	1-20
Не получены ответы по базовым вопросам дисциплины.	0

Показатели и критерии оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Уровень сформированности компетенций			
«Минимальный уровень не достигнут» (менее 55 баллов) Компетенции не сформированы. Знания отсутствуют, умения и навыки не сформированы.	**«Минимальный уровень»(56-70 баллов)** Компетенции сформированы. Сформированы базовые структуры знаний. Умения фрагментарны и носят репродуктивный характер. Демонстрируется низкий уровень самостоятельности и практического навыка.	**«Средний уровень»(71-85 баллов)** Компетенции сформированы. Знания обширные, системные. Умения носят репродуктивный характер, применяются к решению типовых заданий. Демонстрируется достаточный уровень самостоятельности и устойчивого практического навыка.	**«Высокий уровень»(86-100 баллов)** Компетенции сформированы. Знания твердые, аргументированные, всесторонние. Умения успешно применяются к решению как типовых, так и нестандартных творческих заданий. Демонстрируется высокий уровень самостоятельности, высокая адаптивность практического навыка
	Описание критериев оценивания		

Обучающий ся демонстрирует: - существенн ые пробелы в знаниях учебного материала; - допускаютс я принципиал ьные ошибки при ответе на основные вопросы билета, отсутствует знание и понимание основных понятий и категорий; - непонимани е сущности дополнитель ных вопросов в рамках заданий билета; - отсутствие умения выполнять практически е задания, предусмотре нные программой	Обучающийся демонстрирует: - знания теоретического материала; - неполные ответы на основные вопросы, ошибки в ответе, недостаточное понимание сущности излагаемых вопросов; - неуверенные и неточные ответы на дополнительные вопросы; - недостаточное владение литературой, рекомендованной программой дисциплины; - умение без грубых ошибок решать практические задания, которые следует выполнить.	Обучающийся демонстрирует: - знание и понимание основных вопросов контролируемого объема программного материала; - твердые знания теоретического материала. -способность устанавливать и объяснять связь практики и теории, выявлять противоречия, проблемы и тенденции развития; - правильные и конкретные, без грубых ошибок, ответы на поставленные вопросы; - умение решать практические задания, которые следует выполнить; - владение основной литературой, рекомендованной программой дисциплины; - наличие собственной обоснованной позиции по	Обучающийся демонстрирует: - глубокие, всесторонние и аргументированные знания программного материала; - полное понимание сущности и взаимосвязи рассматриваемых процессов и явлений, точное знание основных понятий в рамках обсуждаемых заданий; - способность устанавливать и объяснять связь практики и теории; - логически последовательные, содержательные, конкретные и исчерпывающие ответы на все задания билета, а также дополнительные вопросы экзаменатора; - умение решать практические задания; - свободное использование в ответах на вопросы материалов рекомендованной основной и дополнительной литературы.
дисциплины ; - отсутствие готовности (способност и) к дискуссии и низкую степень контактност и.		обсуждаемым вопросам. Возможны незначительные оговорки и неточности в раскрытии отдельных положений вопросов билета, присутствует неуверенность в ответах на	

Оценка «неудовлетворительно» /не зачтено	Оценка «удовлетворительно» / «зачтено»	Оценка «хорошо» / «зачтено»	Оценка «отлично» / «зачтено»

Примеры практических заданий

Тема 1. Деловая коммуникация, ее сущность и характеристики

Вопросы для обсуждения

1. Предметно-целевое содержание деловой коммуникации, соблюдение формально-ролевых принципов взаимодействия.
2. Типы и виды коммуникаций.
3. Коммуникативные роли (модели поведения) в процессе делового общения.
4. Коммуникативная культура в деловом общении.
5. Современные тенденции развития деловых коммуникаций.

Задание

1. В чем состоит, по Вашему мнению, значение коммуникации в современном менеджменте?
2. Чем отличаются, на Ваш взгляд, коммуникативные ресурсы организации от традиционных?
3. Рассмотрите организацию коммуникативного пространства как основу эффективности и жизнеспособности организации на примере.
4. Проанализируйте взаимозависимость участников деловой коммуникации.
5. Что подразумевается под коммуникативной компетентностью менеджера? Обоснуйте свое мнение.

Тематика презентаций

1. Коммуникация как основа деловых отношений.
2. Специфика и основные задачи деловой коммуникации.
3. Коммуникативная культура современного специалиста.
4. Соблюдение норм языка и культуры речи в деловой коммуникации.
5. Коммуникативные модели взаимодействия деловых партнеров.

Тема 2. Коммуникационный процесс: содержание, элементы и этапы Вопросы для обсуждения

1. Способы передачи и приема информации.
2. Содержание коммуникационного процесса.
3. Элементы и этапы коммуникационного процесса.
4. Условия эффективного речевого воздействия.
5. Барьеры в коммуникациях: причины и условия возникновения, приемы устранения.

Задание

1. Проанализируйте этапы передачи информации. Каковы, с вашей точки зрения, основные причины потери и искажения информации?
2. Объясните, как происходит процесс обмена информацией с учетом обратной связи, шума и личностного смысла сообщения. Приведите свой пример.
3. В каком случае, по Вашему мнению, коммуникация будет эффективной?
4. Выделите и расшифруйте на представленном примере 4 стороны сообщения (существо дела, отношение, самораскрытие, призыв).

Идет деловое совещание, и руководитель обращается к своим коллегам: «Я собрал Вас, уважаемые коллеги, чтобы обсудить с Вами предстоящую проверку налоговой инспекции финансовых документов нашей фирмы».

В чем состоит существо дела? Что еще хотел сказать руководитель? Каково его отношение к коллегам? Что можно предположить на стороне самораскрытия? Каков призыв отправителя информации?

Тематика презентаций

1. Обратная связь в деловой коммуникации, условия ее эффективности.

2. Убеждение в процессе делового общения.

3. Использование эффектов восприятия в деловом общении.

Тема 3. Средства деловой коммуникации Вопросы для обсуждения

1. Вербальные средства деловой коммуникации.

2. Психотехника речи. Составляющие речевой культуры.

3. Стили (мужской, женский) и виды слушания (пассивное, активное).

4. Приемы активного слушания.

5. Роль невербальных средств в процессе общения, их классификация и функции.

Задание

1. Перечислите составляющие речевой культуры. Как вы оцениваете свою культуру речи? Какие трудности в этом плане испытываете?

2. Что, с Вашей точки зрения, означает «умение слушать»? Обладаете ли вы этим качеством?

3. Какие выделяют стили и виды слушания? Проведите их сравнительный анализ. Какой стиль слушания характерен для Вас?

4. Перечислите правила для говорящего и слушающего. Какие из них Вы не выполняете? Почему?

5. Дайте классификацию невербальных средств общения: Проанализируйте использование вами невербальных средств в общении**. Тематика презентаций**

1. Стили и виды слушания: сравнительный анализ.

2. Невербальные компоненты деловых коммуникаций: проблема интерпретации.

3. Специфика невербальной коммуникации с представителями разных культур.

Тема 4. Устные деловые коммуникации Вопросы для обсуждения

1. Деловая беседа: этапы, принципы и правила проведения.

2. Особенности ведения деловой дискуссии.

3. Подготовка, организация и проведение совещаний.

4. Публичное выступление в системе деловых коммуникаций: методика и техника организации публичного выступления. Презентация.

5. Искусство ведения деловых переговоров.

Задание

1. Назовите этапы деловой беседы и «правильные дебюты» ее начала.

2. Проведите сравнительный анализ деловой беседы и деловой дискуссии. Каковы общие и отличительные черты данных форм деловой коммуникации?

3. Назовите правила проведения совещания. Перечислите блокирующие роли участников совещания и способы их нейтрализации.

4. Перечислите факторы, предопределяющие действенность публичного выступления.

5. В чем заключается подготовка сторон к деловым переговорам?

Тематика презентаций

1. Стратегии устных деловых взаимодействий.

2. Коммуникативные навыки, используемые в деловой беседе.

3. Деловая беседа и деловая дискуссия: общие и отличительные черты.

Тема 5. Письменные деловые коммуникации Вопросы для обсуждения

1. Специфика, возможности и ограничения письменной деловой коммуникации.

2. Внутренняя переписка: характеристика, особенности текста.

3. Внешняя переписка: характеристика, особенности текста, использование стандартных языковых формул (клише).

4. Основные проблемы письменной коммуникации.

5. Электронная коммуникация: сущность, особенности и функции.

Задание

1. В чем, на Ваш взгляд, заключается языковое своеобразие деловой переписки?

2. Какие требования предъявляются к оформлению делового письма?

3. Назовите основные виды делового письма и правила их оформления.

Тематика докладов

1. Основные принципы письменных коммуникаций.

2. Языковое своеобразие деловой переписки.

3. Стратегии письменных деловых коммуникаций.

4. Деловая коммуникация в Интернет: за и против.

Тема 6. Управление организационными коммуникациями Вопросы для обсуждения

1. Значение организационных коммуникаций в функционировании организации. Направления коммуникаций.

2. Этика делового общения: сущность и специфика деловых отношений; этические нормы и принципы.

3. Этические проблемы деловых отношений.

4. Манипуляции в деловом общении: характеристика и правила нейтрализации

5. Приемы, стимулирующие общение и создание доверительных отношений.

Задание

1. Назовите направления коммуникационных потоков в организации. Укажите:

- каковы цели нисходящих коммуникаций;
- каковы трудности осуществления восходящих потоков;
- какие управленческие процедуры содействуют повышению эффективности восходящих коммуникаций.

2. Назовите отличительные характеристики неформальной коммуникации. Перечислите методы управления неформальными коммуникациями.

3. Дайте определение понятия этики деловых отношений. Какие этические принципы считаются универсальными для современных деловых отношений? Каковы, по Вашему мнению, причины усиления внимания к этической стороне деловых отношений в современном обществе?

Тематика докладов

1. Этико-психологические принципы делового общения: актуальность в современных условиях.

2. Управление неформальными коммуникациями в организации.

3. Этика и психология речевой деловой коммуникации.

4. Взаимное доверие как основа деловой этики.

Тема 6.1. Межкультурная коммуникация
Вопросы для обсуждения

1. Мировые культуры (моноактивные, полиактивные, реактивные) и их влияние на деловую коммуникацию.

2. Сферы межкультурной коммуникации: макросфера и микросфера.

3. Межкультурные различия в деловой коммуникации.

4. Взаимосвязь национальной ментальности и корпоративной культуры.

5. Национальный этикет делового общения.

Задание

1. Какое значение, на Ваш взгляд, имеют межкультурные различия в деловой коммуникации?

2. В чем прослеживается взаимосвязь национальной ментальности и некоторых аспектов деловой культуры?

3. В чем заключаются особенности делового общения с иностранными партнерами?

4. Охарактеризуйте основные модели культурной и межкультурной коммуникации.

5. Как влияют особенности национального этикета на результативность делового общения? Приведите примеры.

Тема 7. Основные стадии процесса продажи

При рассмотрении данной темы необходимо провести анализ основных стадий

процесса продажи: стадии познания, стадии восприятия, стадии мотивации и стадии обучения. Рассмотреть структуру личности продавца и ее влияние на эффективность его трудовой деятельности. Требования к внешним данным продавца. Проанализировать возможности визуальной оценки готовности клиента к совершению сделки на конкретном

примере.

Задание. Изучите основные типы покупателей.

-визуальные типы покупателей и проведение их экспресс-оценки;

-психологические типы покупателей и их визуальные характеристики.

Проанализировать экономические и социальные типы покупателей. Разобрать

особенности работы с ними.

Задание. Изучите классификацию методов и форм продажи

В работе следует отразить основные различия офисной и вне офисной форм

продажи. Проанализировать чем принципиально отличаются активные и пассивные методы продажи и условия их эффективного применения. Рассмотреть конкретные примеры взаимосвязи покупательских предпочтений того или иного метода продаж.

Тема8. Методы прямого и косвенного воздействия на покупательское поведение потребителей

Задание. Проанализировать экономические и психологические методы стимулирования персонала и условия их применения. Рассмотреть возможные варианты стимулирования покупателей и основные цели мероприятий по стимулированию. Сравнить российскую и зарубежную

практику стимулирования персонала и покупателей на конкретных примерах.

Тема9. Ценовое, технологическое и мотивационное стимулирование сбыта

Понятие о стимулировании сбыта товаров и услуг. Цена как фактор управления поведением покупателей. Экономическое стимулирование сбыта: ценовые и неценовые методы.

Технологическое стимулирование сбыта. Мотивационное стимулирование сбыта.

Примеры тестовых заданий (для формирования компетенций УК-4.2, ПК-3.3)

1. Задание

Специфика деловых коммуникаций заключается в том, что:

а) возникают между субъектами, которые участвуют в совместной деятельности, ориентированной на достижение определенной цели;

б) возникают в процессе обмена сообщениями и их интерпретация двумя или несколькими индивидами, вступившими в контакт друг с другом;

в) возникают в процессе передачи информации посредством жестов, мимики, телодвижений;

г) возникают в процессе взаимодействия людей с помощью речи.

2. Задание

Перцептивной стороной общения является:

а) обмен информацией между участниками общения; б) взаимодействие участников общения;

в) взаимовлияние друг на друга участников общения; г) восприятие друг друга партнерами по общению.

3. Задание

Коммуникации – это_____информацией, идеями, мнениями между субъектами взаимодействия.

Влияние рыночной среды на управление продажами проявляется в формах.

а) предоставляет благоприятные условия; б) создает определенные угрозы;

в) не оказывает никакого влияния.

Рыночная среда как двухуровневая система включает:

а) внутреннюю среду; б) макросреду;

в) микросреду.

Политические и экономические факторы относятся:

а) к макросреде; б) к микросреде;

в) к деловой среде.

Микросреда управления продажами включает:

а) внутреннюю среду компании;

б) среду дальнего окружения компании;

в) среду непосредственного окружения компании.

Деловая среда — это факторы, составляющие непосредственное окружение компании?

а) да;

б) нет.

По уровню воздействия на покупателя факторы деловой среды подразделяются:
а) на релевантные; б) на нерелевантные; в) управляемые.
Самая высокая степень, неопределенности характерна для деловой среды:
а) сложной и нестабильной; б) простой и стабильной;
в) простой и нестабильной**.**
Какому типу деловой среды характерны цикличные уровни продаж?
а) сложной и стабильной; б) сложной и нестабильной; в) простой и стабильной.

9. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины: а) нормативные документы:

Федеральный закон "Об основах туристской деятельности в Российской Федерации" от 24.11.1996 N 132-ФЗ (последняя редакция) **http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_12462/**

Б) Основная литература

1.Деловые коммуникации: учебник для бакалавров / В. П. Ратников [и др.] ; под редакцией В. П. Ратникова. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 527 с. — (Бакалавр. Базовый курс). — ISBN 978-5-9916-3496-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. —
URL**: https://urait.ru/bcode/466777**

В) дополнительная литература

1.Быстров С.А. Технология продаж и продвижения турпродукта: Учебное пособие.- М.: КноРус, 2018, 260с. -**https://www.elibrary.ru/item.asp?id=30011451**

2.Жернакова, М. Б. Деловые коммуникации : учебник и практикум для бакалавриата / М. Б. Жернакова, И. А. Румянцева. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 370 с. — (Бакалавр. Прикладной курс). — ISBN 978-5-534-00331-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL***: https://urait.ru/bcode/432059***

3.*Чернышова, Л. И.* Этика, культура и этикет делового общения : учебное пособие для вузов / Л. И. Чернышова. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 161 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-02406-7. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/451154

г) современные профессиональные базы данных, информационные справочные системы, электронные образовательные ресурсы

1. ЭБС "Университетская библиотека Online"http://www.biblioclub.ru
2. Электронная библиотека диссертаций РГБ (ЭБД РГБ) https://dvs.rsl.ru
3. Электронная библиотека «Консультант студента» http://www.studmedlib.ru/
4. Научная электронная библиотека eLibrary.ru http://elibrary.ru
5. База данных «ЭБС elibrary» http://elibrary.ru
6. Электронная библиотека «Юрайт» http://biblio-online.ru
7. Федеральное агентство по туризму/ https:// tourism.gov.ru
8. Все о туризме и путешествиях/ https://www.turizm.ru/
9. Туристический портал: новости туризма// https://www.tourprom.ru
10. Туристический бизнес для профессионаловhttps://tourbus.ru/
11. Юридическое агенство персона грата/ правовое регулирование в туризме http://persona-grata.ru/
12. Российский союз туриндустрии//https://www.rostourunion.ru/

В) современные профессиональные базы данных, информационные справочные системы, электронные образовательные ресурсы

1. ЭБС "Университетская библиотека Online"http://www.biblioclub.ru
2. Электронная библиотека диссертаций РГБ (ЭБД РГБ) https://dvs.rsl.ru
3. Электронная библиотека «Консультант студента» http://www.studmedlib.ru/
4. Научная электронная библиотека eLibrary.ru http://elibrary.ru

5. База данных «ЭБС elibrary» http://elibrary.ru
6. Электронная библиотека «Юрайт» http://biblio-online.ru
7. Туристический портал: новости туризма// https://www.tourprom.ru
8. Туристический бизнес для профессионалов// https://tourbus.ru/

10. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

Реестр программного обеспечения СОГУ

№ п/п	Наименование	№ договора(лицензия)
1.	Windows 10 Enterprise	№ 4100072800 Microsoft Products (MPSA) от 04.2016г
2.	Windows 10 Pro for Workstations	№ 4100072800 Microsoft Products (MPSA) от 04.2016г
3.	Windows 8.1 Enterprise	№ 4100072800 Microsoft Products (MPSA) от 04.2016г
4.	Windows 8.1 Professional	№ 4100072800 Microsoft Products (MPSA) от 04.2016г
5.	Windows 8 Enterprise	№ 4100072800 Microsoft Products (MPSA) от 04.2016г
6.	Windows 8 Professional	№ 4100072800 Microsoft Products (MPSA) от 04.2016г
7.	Windows 7 Enterprise	№ 4100072800 Microsoft Products (MPSA) от 04.2016г
8.	Windows 7 Professional	№ 4100072800 Microsoft Products (MPSA) от 04.2016г
9.	Office Standard 2016	№ 4100072800 Microsoft Products (MPSA) от 04.2016г
10.	Office Standard 2013	№ 4100072800 Microsoft Products (MPSA) от 04.2016г
11.	Office Standard 2010	№ 4100072800 Microsoft Products (MPSA) от 04.2016г
12.	Система тестирования Sunrav WEB Class	№468 от 03.12.2013 ИП Сунгатулин Р.Т.(бессрочно)
13.	Система компьютерной верстки MikTex	Лицензия FSF/Debian (Свободное программное обеспечение) (бессрочно)
14.	Антивирусное программное обеспечение Kasperksy Total Security	№17E0-180222-130819-587-185 от 26.02. 2018 до 14.03.2019 г, продлена до 21 г.
15.	Система поиска текстовых заимствований «Антиплагиат.ВУЗ»	№795 от 26.12.2018 с ЗАО «Анти-Плагиат», продлена до 21 г
16.	Программа для ЭВМ «Банк вопросов для контроля знаний»	Разработка СОГУ. Свидетельство о государственной регистрации программы для ЭВМ №2015611829 от 06.02.2015г. (бессрочно)
17.	КонсультантПлюс	№430-2017/614 от11.01.2017г. ООО "Фаст-Информ"(бессрочно)
18.	«Галактика»	№31907480031 от 25.02.2018г.(бессрочно)

Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа: преподавательский стол; стул; столы обучающихся; стулья; кафедра; классная доска, демонстрационное оборудование - мультимедийный комплекс (проектор, экран), ноутбук, колонки, программное обеспечение:Windows 8.1 Professional; OfficeStandard 2010;Антивирусное программное обеспечение Kasperksy Total Security; Система поиска текстовых заимствований «Антиплагиат.ВУЗ»; Программа для ЭВМ «Банк вопросов для контроля знаний»; КонсультантПлюс; Гарант;Moodle, Cisco Webex; учебно-наглядные пособия.
Учебные аудитории для занятий семинарского (практического) типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации: преподавательский стол; стул; столы обучающихся; стулья; кафедра; классная доска, мультимедийный комплекс(проектор, экран), ноутбук, колонки, программное обеспечение: Windows 8.1 Professional;OfficeStandard 2010; Антивирусное программное обеспечение Kasperksy SecurityCloud; Система поиска текстовых заимствований «Антиплагиат.ВУЗ»; Программа для ЭВМ «Банк вопросов для контроля знаний»; Консультант плюс; Гарант; Moodle, Cisco Webex.
Лаборатории - компьютерные классы:

преподавательский стол, преподавательский стул, столы обучающихся, стулья, классная доска, мультимедийный комплекс (проектор, экран), колонки, ПК преподавателя, ПКобучающихся, программное обеспечение: Windows7Professional;OfficeStandard 2016;WinRar; MicrosoftVisio 10; MicrosoftVisualstudio; KasperskySecurityCloud; КонсультантПлюс, Гарант, Программа для ЭВМ «Банк вопросов для контроля знаний», Система поиска текстовых заимствований «Антиплагиат.ВУЗ».
Помещения для самостоятельной работы: **- компьютерные классы с доступом к ресурсам сети Интернет**: преподавательский стол, преподавательский стул, столы обучающихся, стулья, классная доска, мультимедийный комплекс (проектор, экран), колонки, ПК преподавателя, ПКобучающихся, программное обеспечение: Windows7.1 Professional;OfficeStandard 2016; WinRar; MicrosoftVisio; MicrosoftVisualstudio; KasperskySecurityCloud; КонсультантПлюс, Гарант, Программа для ЭВМ «Банк вопросов для контроля знаний», Система поиска текстовых заимствований «Антиплагиат.ВУЗ