



ДОНСКОЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
УПРАВЛЕНИЕ ДИСТАНЦИОННОГО ОБУЧЕНИЯ И ПОВЫШЕНИЯ
КВАЛИФИКАЦИИ

Кафедра «История и культурология»

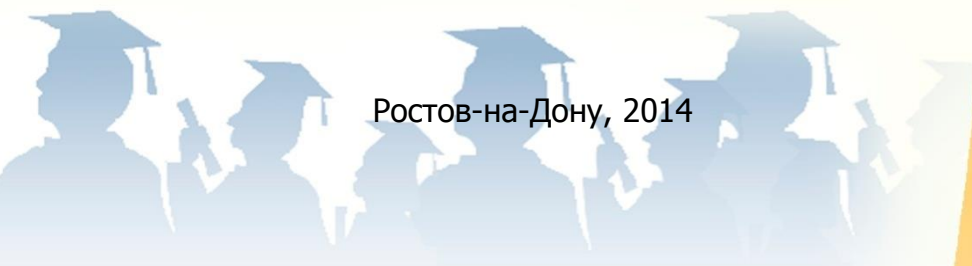
МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ

к проведению практических занятий
по дисциплине

«Теория и практика ведения деловых переговоров»

Автор
Бабайцев А.В.

Ростов-на-Дону, 2014





Аннотация

Методические указания предназначены для студентов специальности 032401 заочной формы обучения.

Автор

Кандидат философских наук, доцент
Бабайцев А.В.





Оглавление

ПРАВИЛА ВЫБОРА ВАРИАНТА И НАПИСАНИЯ КОНТРОЛЬНОЙ РАБОТЫ.....	4
ТЕМЫ КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ	7
РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА.....	9
ОСНОВНАЯ ЛИТЕРАТУРА.....	9
ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ЛИТЕРАТУРА.....	9
ПЕРИОДИЧЕСКИЕ ИЗДАНИЯ.....	9
УКАЗАНИЯ ПО РАБОТЕ С ЛИТЕРАТУРОЙ	11



ПРАВИЛА ВЫБОРА ВАРИАНТА И НАПИСАНИЯ КОНТРОЛЬНОЙ РАБОТЫ

Контрольные работы – одна из основных форм межсессионных заданий для студентов-заочников.

Письменные работы выполняются по специальной тематике контрольных работ, составленных кафедрой «Истории и культурологии» на основе учебной программы курса «Теория и практика ведения деловых переговоров».

Согласно учебному плану студент-заочник обязан выполнить **одну** контрольную работу. Тема контрольной работы выбирается студентом **в соответствии с последней цифрой номера зачетной книжки**. Например, если последняя цифра номера зачетки – 4, то студент может выбрать одну из тем под номерами 4, 14 или 24, если последняя цифра – 0, то может быть выбрана тема под номером 10, 20 или 30.

Выполнение контрольной работы – большая и серьезная работа, которая включает в себя несколько этапов: выбор темы, изучение рекомендованной к теме литературы, а также дополнительных изданий, отобранных самим студентом; составление плана, который должен раскрывать содержание темы; написание текста самой работы в строгом соответствии с планом и выбранной темой.

В начале работы обязательно формулируется тема контрольной, затем помещается ее план. **Контрольная работа должна обязательно состоять** из введения, основной части и заключения. **Во введении** следует дать обоснование важности и актуальности избранной темы, сформулировать цель и задачи работы. При раскрытии **основных вопросов** необходимо обеспечить их полное соответствие формулировкам плана. Каждый раздел основной части должен завершаться краткими выводами. **Заключение** контрольной работы не должно содержать новых фактических данных. В нем обобщается содержание работы, делаются четкие выводы по всей теме.

Заключительный этап – оформление. Контрольная работа должна быть написана грамотно, четко, разборчиво (предпочтительно набрана на компьютере и отпечатана, шрифт 14, Times New Roman, полуторный интервал), с выделением абзацев, страницы – пронумерованы. Слева оставляются поля. Объем контрольной работы – 18–20 страниц ученической тетради или 10–12 печатных страниц. В конце работы нужно указать список литера-



Теория и практика ведения деловых переговоров

туры, использованной студентом для написания контрольной, включая электронные издания (но не готовые рефераты и контрольные!), при этом следует использовать преимущественно литературу последних лет издания, не менее трех наименований. Список источников должен быть оформлен в алфавитном порядке с указанием фамилии автора, полного названия источника, выходных данных (место, год издания, ссылка на соответствующий Интернет-сайт для электронных источников). Используются следующие стандарты при оформлении работ: ГОСТ 7.1–2003 «Библиографическая запись. Библиографическое описание. Общие требования и правила составления», ГОСТ 7.4–95 «Издания. Выходные сведения», ГОСТ 7.12–93 «Библиографическая запись. Сокращения слов на русском языке. Общие требования и правила», ГОСТ 7.82–2001 «Библиографическая запись. Библиографическое описание электронных ресурсов. Общие требования и правила составления».

При выполнении всех требований, предъявляемых к контрольной работе, студент получает положительную рецензию, работа рекомендуется к защите. Все замечания, указанные в рецензии, необходимо учесть, то есть внести дополнения и изменения к основному тексту на дополнительных листах. На защите контрольной работы или зачете студент представляет экзаменатору свою контрольную работу, рецензию и текст дополнений.

Если контрольная работа не соответствует изложенным выше требованиям, то она не засчитывается. Студент обязан переработать ее полностью или отдельные разделы в соответствии с полученными замечаниями. Сроки представления контрольной работы при этом не изменяются.

По темам контрольных заданий для проверки выполнения студентами указаний, сделанных преподавателем в их рецензиях и для методической помощи студентам, проводится защита контрольной работы в виде собеседования по теме контрольной работы, т. е. **студент должен знать содержание своей работы и уметь внятно и четко его изложить при устном ответе.** Результаты собеседований засчитываются преподавателем при выставлении зачетов по итогам работы студентов в период зачетно-экзаменационной сессии.

Студенты, получившие зачет за выполненную контрольную работу, допускаются к сдаче зачета по дисциплине.

Подробные разъяснения по всем вопросам изучения курса студенты могут получить на консультациях, проводимых на кафедре «История и культурология», расписание которых сообща-



Теория и практика ведения деловых переговоров

ется через деканаты.



ТЕМЫ КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ

1. Корпоративные коммуникации в современной деловой среде.
2. Деловая коммуникация, деловое общение, ведение деловых переговоров в корпоративной культуре.
3. Виды общения.
4. Характеристики делового корпоративного общения.
5. Культура речи и принципы речевого поведения менеджера.
6. Слушание при ведении деловых переговоров.
7. Виды слушания.
8. Приемы эффективного слушания.
9. Трудности эффективного слушания, внутренние и внешние помехи слушания.
10. Уровни слушания.
11. Обратная связь в процессе слушания.
12. Невербальная коммуникация.
13. Природа и типология невербальной коммуникации.
14. Взаимодействие вербальных и невербальных средств коммуникации.
15. Внешние проявления эмоциональных состояний.
16. Зоны и дистанции в деловой коммуникации.
17. Организация пространственной среды в деловой коммуникации.
18. Невербальные средства повышения делового статуса.
19. Манипуляции в общении.
20. (Манипуляции в общении и их характеристики).
21. Стратегии манипуляторов.
22. Манипулятивные роли по Эрику Берну.
23. Распознавание эго-состояний.
24. Коммуникативные роли.
25. Коммуникативные типы деловых партнеров.
26. Барьеры в общении.
27. Барьеры взаимодействия.
28. Барьеры восприятия и понимания.
29. Коммуникативные барьеры.
30. Пути преодоления барьеров в общении.
31. Коммуникативный аспект построения публичной речи.
32. Требования к публичной речи.
33. Целевые установки речи и их классификация.
34. Замысел речи.



Теория и практика ведения деловых переговоров

35. Создание текста речи.
36. Классификация видов речи: информационная, убеждающая, призывающая к действию.
37. Речи по специальному поводу: протокольная, траурная, торжественная, речь в дружеском кругу.
38. Способы произвести положительное впечатление.
39. Речевая культура делового разговора.
40. Деловой разговор как особая разновидность устной речи.
41. Основные требования к деловому разговору.
42. Риторический инструментарий деловой речи.
43. Техника речи и речевой этикет.
44. Формы деловой корпоративной коммуникации.
45. Деловая беседа: структура, передача информации собеседнику, аргументирование, принятие решений и завершение беседы.
46. Факторы успеха деловой беседы.
47. Деловая беседа по телефону.
48. Деловые совещания: типы, подготовка, правила поведения на совещании, анализ проведенного совещания.
49. Искусство ведения спора.
50. Психологические аспекты убеждения.



РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

ОСНОВНАЯ ЛИТЕРАТУРА

1. Кибанов А. Я. Этика деловых отношений. — М.: ИНФРА-М, 2011.
2. Кузнецов И. Н. Деловое общение. — М.: Дашков и К°, 2012.
3. Мунин А. Н. Деловое общение: Учеб. пособие. — М.: Флинта 2011.
4. Персикова Т. Н. Межкультурная коммуникация и корпоративная культура. — М.: Логос, 2008.
5. Петрова Ю. А. Психология делового общения. — Ростов н/Д: Южный ин-т менеджмента, 2012.
6. Смелков З. С. Риторика. — М.: Проспект, 2009.
7. Титова Л. Г. Технологии делового общения: Учеб. пособие. — М.: Юнити-Дана, 2008.

ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ЛИТЕРАТУРА

8. Зарецкая Е. Н. Деловое общение: Организационные условия делового общения. Теория речевой коммуникации. Деловая этика. Логика. — М.: Дело, 2002.
9. Кузнецов И. Н. Технология делового общения. — Ростов н/Д МарТ, 2004.
10. Макаров Б. В., Непогода А. В. Деловой этикет и общение. — М.: Юстицинформ, 2006.
11. Петрова Ю. А. Культура и стиль делового общения. — М.: ГроссМедиа, 2007.
12. Самыгин С. И. Деловое общение. — Ростов н/Д.: Феникс, 2007.
13. Смирнов Г. Н. Этика деловых отношений. — М.: Проспект, 2006.
14. Титова Л. Г. Деловое общение. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012.

ПЕРИОДИЧЕСКИЕ ИЗДАНИЯ



15. Знание. Понимание. Умение [Электрон. журн.] 2008-2012 гг.
16. Управление корпоративной культурой // Журн. 2009—2012 гг.
17. Управление персоналом // Журн. 2008—2012 гг.



УКАЗАНИЯ ПО РАБОТЕ С ЛИТЕРАТУРОЙ

Предмет изучается студентами путем самостоятельной работы над учебными пособиями и дополнительной литературой. Кроме того, обязательным элементом учебного процесса являются лекции. При самостоятельной работе над учебными пособиями и дополнительной литературой рекомендуется придерживаться определенной последовательности. Читая и конспектируя тот или иной раздел учебника, необходимо твердо усвоить основные определения и понятия семиотики и схемы классификации основных аспектов анализа текстов. Формулировки определений понятий и методики интерпретации и семиотического анализа текстов надо знать на память. После усвоения соответствующих понятий и схем анализа текстов следует самостоятельно проанализировать ряд примеров текстов рекламы и связей с общественностью задачи, закрепляя тем самым проработанный теоретический материал.