Минобрнауки России

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Оренбургский государственный университет имени В.А. Бондаренко»

Кафедра философии, культурологии и социологии

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

ДИСЦИПЛИНЫ

«Б1.Д.Б.6 Деловая коммуникация в научной и профессиональной деятельности»

Уровень высшего образования

МАГИСТРАТУРА

Направление подготовки
38.04.01 Экономика
(код и наименование направления подготовки)

Экономика фирмы и отраслевых рынков
(наименование направленности (профиля) образовательной программы)

Квалификация
Магистр

Форма обучения
Заочная

Год набора 2026

Рабочая программа дисциплины «*Б1.Д.Б.6 Деловая коммуникация в научной и профессиональной деятельности*» рассмотрена и утверждена на заседании кафедры

Кафедра философии, культурологии и социологии
наименование кафедры

протокол № _____ от "___" _____ 20__ г.

Заведующий кафедрой
Кафедра философии, культурологии и социологии _____ М.Н. Лященко
наименование кафедры *подпись* *расшифровка подписи*

Исполнители:
доцент _____ З.Ю. Переселкова
должность *подпись* *расшифровка подписи*

СОГЛАСОВАНО:
Председатель методической комиссии по направлению подготовки
38.04.01 Экономика _____ Спешилова Н.В.
код наименование *личная подпись* *расшифровка подписи*

Научный руководитель магистерской программы _____ Н.В. Спешилова
личная подпись *расшифровка подписи*

Заведующий отделом формирования фонда и научной обработки документов
_____ С.А. Бикшимирова
личная подпись *расшифровка подписи*

Уполномоченный по качеству факультета
_____ Е.Л. Шелобко
личная подпись *расшифровка подписи*

№ регистрации _____

© Переселкова З.Ю., 2026
© ОГУ, 2026

2

1 Цели и задачи освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины является овладение слушателями теоретическими и практическими основами деловых и научных коммуникаций.

В этой связи ставятся **задачи**: изучить теоретические и прикладные модели коммуникации; освоить стратегии успешных деловых и научных коммуникаций; приобрести навыки ориентации в деловых ситуациях, возникающих в ходе делового общения; сформировать понятия этичности служебного поведения и поступков; усвоить требования делового этикета применительно к различным ситуациям в деловом общении; овладеть знаниями о специфике научных коммуникаций и принципах их реализации в учебной и педагогической деятельности.

2 Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к базовой части блока Д «Дисциплины (модули)»

Пререквизиты дисциплины: *Б1.Д.Б.9 Микроэкономика (продвинутый курс)*

Постреквизиты дисциплины: *Б1.Д.Б.7 Экономический анализ (продвинутый курс), Б1.Д.В.2 Экономика отраслевых рынков и политика государства, Б1.Д.В.Э.1.1 Прогнозирование и планирование, Б1.Д.В.Э.1.2 Инновационные основы стратегического развития организации, Б1.Д.В.Э.2.1 Инвестиционный анализ, Б1.Д.В.Э.3.1 Экономическая среда предпринимательства и предпринимательские риски, Б1.Д.В.Э.3.2 Бизнес-планирование, Б1.Д.В.Э.4.1 Реструктуризация организации, Б1.Д.В.Э.4.2 Экономика качества, Б2.П.В.П.2 Практика по профилю профессиональной деятельности*

3 Требования к результатам обучения по дисциплине

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих результатов обучения

Код и наименование формируемых компетенций	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций
УК-4 Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	УК-4-В-3 Осуществляет деловую коммуникацию в письменной и электронной формах, учитывая особенности стилистики официальных и неофициальных писем, социокультурные различия	**Знать:** -предметную область деловых и научных коммуникаций - основные теоретические понятия, нормы и принципы деловых и научных коммуникаций - особенности и аксиологические смыслы деловых и научных коммуникаций **Уметь:** -предметную область деловых и научных коммуникаций - основные теоретические понятия, нормы и принципы деловых и научных коммуникаций - особенности и аксиологические смыслы деловых и научных коммуникаций - следовать основным этическим нормам и этикетным правилам, принятым в деловом и научном сообществах **Владеть:** - навыками подготовки научных докладов, выступлений и публичных презентаций на русском и иностранном языках -навыками критического анализа эффективности различных методов и технологий деловых и научных коммуникаций -навыками деловой риторики в споре, дискуссии, полемике.
УК-5 Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	УК-5-В-1 Понимает сущность, разнообразие и особенности различных культур, их соотношение и взаимосвязь УК-5-В-2 Поддерживает взаимопонимание между представителями различных культур и имеет навыки общения в мире	**Знать:** особенности деловых и научных коммуникаций с учетом современных процессов глобализации и разнообразия культур - этические нормы своей

Код и наименование формируемых компетенций	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций
	культурного многообразия УК-5-В-3 Применяет способы анализа разногласий и конфликтов в межкультурной коммуникации и их разрешения	профессиональной деятельности. **Уметь:** - использовать полученные знания в общении с представителями различных культур, учитывая особенности этнокультурного, конфессионального, социального контекста; - устанавливать отношения сотрудничества, выяснять интересы и потребности других участников образовательного процесса. **Владеть:** - приёмами и методами устного и письменного изложения информации в общении с представителями различных культур, учитывая особенности этнокультурного, конфессионального, социального контекста; - способами установления контактов и поддержания взаимодействия с субъектами в условиях поликультурной образовательной среды и сферы профессиональной деятельности.
УК-6 Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	УК-6-В-1 Понимает основные принципы профессионального и личностного развития, исходя из этапов карьерного роста и требований рынка труда, способы совершенствования собственной деятельности на основе самооценки УК-6-В-2 Решает задачи собственного профессионального и личностного развития с учетом приоритетов, включая задачи изменения карьерной траектории УК-6-В-3 Реализует способы управления познавательной деятельностью и ее совершенствования на основе самооценки и принципов непрерывного образования	**Знать:** -о формах и способах самоорганизации и самообразовании в науке и профессиональной деятельности; - технологии построения имиджа делового человека. **Уметь:** - эффективно применять базовые умения для решения нестандартных учебных и профессионально-ориентированных задач личностного развития и карьерного роста. **Владеть:** культурой мышления, способностью в письменной и устной речи правильно и убедительно оформить результаты собственной мыслительной деятельности

4 Структура и содержание дисциплины

4.1 Структура дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы (108 академических часов).

Вид работы	Трудоемкость, академических часов	
	1 семестр	всего
Общая трудоёмкость	**108**	**108**
Контактная работа:	**10,25**	**10,25**
Лекции (Л)	4	4
Практические занятия (ПЗ)	6	6
Промежуточная аттестация (зачет, экзамен)	0,25	0,25
Самостоятельная работа: - выполнение индивидуального творческого задания (ИТЗ); - самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий; - изучение разделов курса в системе электронного обучения; - подготовка к практическим занятиям).	**97,75**	**97,75**
Вид итогового контроля (зачет, экзамен, дифференцированный зачет)	**зачет**	

Разделы дисциплины, изучаемые в 1 семестре

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов				
		всего	аудиторная работа			внеауд. работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	Теоретические основы деловой коммуникации	11	1			10
2	Виды коммуникации	11	1			10
3	Стратегии устных деловых коммуникаций. Особенности публичного выступления	14	1	1		12
4	Стратегии письменной деловой коммуникаций	9		1		8
5	Межкультурная компетентность в деловом общении	15		1		14
6	Конфликты и споры в деловых отношениях	16		1		15
7	Этикет делового общения. Имидж делового человека	15	1			14
8	Технологии самопрезентации	17		2		15
	Итого:	108	4	6		98
	Всего:	108	4	6		98

4.2 Содержание разделов дисциплины

1 Теоретические основы деловой коммуникации

Коммуникация как объект научного исследования. Проблема предмета теории коммуникации. Основные этапы развития теории коммуникации. Структура коммуникативного знания и уровни обобщения коммуникативного знания. Специфика законов и категорий теории коммуникации. Роль коммуникации в информационном обществе. Методология изучения коммуникативного пространства. Коммуникативные процессы и моделирование. Системный подход в теории коммуникации. Исследование коммуникации в философии, социальной психологии, лингвистике, культурологи, биологии. Н. Луман о роли коммуникации в современном обществе. Коммуникация как социальное и природное явление. Коммуникация и общение как ключевые категории теории коммуникации. Проблема соотношения понятий коммуникация и общение. Научные подходы к разрешению проблемы: отождествление данных понятий (Л.С.Выготский, В.И.Курбатов, А.А.Леонтьев), разделение понятий (М.С.Каган. Г.М.Андреева, А.В.Соколов, понятие коммуникации как информационного обмена. Коммуникативное пространство и коммуникативное время. Общение как коммуникативная деятельность. Интерактивный, коммуникативный и перцептивный аспекты общения. Личностно-ориентированное и социальноориентированное общение. Специфика профессионального делового общения в новых экономических условиях. Самооценка и мотивация к успеху в условиях конкурентной борьбы. Конфронтация и сотрудничество в деловом мире. Структура коммуникативного процесса. Теоретические и прикладные модели коммуникации. Классические модели коммуникации (Модель Лассуэлла, Модель Шеннона-Уивера – модель двухканальной или многоканальной коммуникации и др.). Социологические и психологические модели коммуникации. Семиотические модели коммуникации. Элементы коммуникационного процесса.

2 Виды коммуникации

Деловое общение как коммуникация. Информация, ее значимость и типы. Побудительная и констатирующая информация. Коммуникативные каналы. Критерии классификации видов коммуникаций. Понятие о каналах коммуникации. Функции коммуникационных каналов. Виды коммуникационных каналов. Естественные вербальные и невербальные коммуникационные каналы. Устная коммуникация. Функции естественного языка и речи. Факторы, обуславливающие речевое поведение и взаимопонимание коммуникантов: коммуникативная компетентность, социальная ситуация, социальные роли, коммуникативный контекст, этнокультурные особенности, коммуникативная установка. Понятие о коммуникационных барьерах. Сущность, особенности, причины и условия их возникновения. Виды коммуникативных барьеров: логический, стилистический, лингвистический, фонетический. Психологические барьеры: барьер первого впечатления, установки, отрицательных эмоций, характера, темперамента. Виды коммуникаций. Вербальная и невербальная коммуникация. Роль вербальной коммуникации в деловом общении. Принципы речевой коммуникации. Речевая ситуация, её компоненты. Дискурс. Коммуникативные стратегии и тактики и речевые приемы их реализации. Формы и культура деловой коммуникации. Нормы деловой речи. Понятие о документной коммуникации. Основные классификации документов. Современная система документной коммуникации. Основные институты документной коммуникации. Невербальные средства общения в деловой коммуникации: кинесика, такесика, проксемика, паралингвистика и экстралингвистика.

3 Стратегии устных деловых коммуникаций.

Особенности публичного выступления Виды устных форм делового взаимодействия: деловая беседа, совещание, переговоры, презентация, телефонный разговор и др. Деловая беседа как специально организованный предметный разговор. Классификация деловых бесед. Технология кадровых бесед. Собеседование при приеме на работу. Беседа при увольнении с работы. Проблемные или дисциплинарные беседы. Технология телефонных бесед. Деловое совещание: подготовка и проведение. Пресс-конференция, ее подготовка и проведение. Презентация, ее смысл и назначение. Деловая полемика, правила ее проведения. Культура делового спора. Переговоры как форма деловой коммуникации: подготовка и проведение. Психологический климат во время переговоров. Переговоры как средство разрешения конфликтов. Компьютерная видеоконференцсвязь и ее использование в организации делового общения при подготовке и проведении рекламной компании. Психологические особенности публичного выступления. Подготовка к выступлению. Основные

этапы выступления. Культура речи делового человека. Правила и технические приемы «позитивного слушания». Виды слушания: направленное критическое, эмпатическое, нерефлексивное, активное, рефлексивное. Способы установления «обратной связи»: расспрашивание, вербализация, отражение чувств, резюмирование. Роль фильтров в процессе слушания. Способы совершенствования слушательских навыков. 8 Техника задавания вопросов и особенности понимания речевых конструкций. Вопросы: открытые, зеркальные и опосредованные вопросы при консультировании и собеседовании. Корректные и некорректные вопросы. Правила задавания вопросов деловым партнерам и приемы преодоления возражений. Эффективные техники ответов на вопросы. Психологические приемы «ухода» от ответов.

4 Стратегии письменных деловых коммуникаций

Письменная коммуникация: деловая переписка, приказы, распоряжения, инструкции, положения и т.д. Официально-деловой стиль речи, сфера его функционирования, жанровое своеобразие. Приемы унификации языка служебных документов. Языковые формулы официальных документов. Приказ, протокол, решение, договор. Организационно-распределительная документация: резюме, заявление, анкета, докладная и объяснительная записка. Деловые письма: соглашения, запросы, сопроводительные письма, письма-регламентивы (поздравления, извинения, соболезнования, письма-ответы с благодарностью). Служебные записки для внутренней коммуникации: распоряжения, благодарности, напоминания, просьбы, проведение мероприятий…). Правила оформления деловых посланий. Рекламный текст как вид делового послания. Электронная коммуникация. Сущность, особенности и функции электронной коммуникации. Глобализация коммуникационных процессов в социуме. Место Интернета в системе средств современной социальной коммуникации.

5 Межкультурная компетентность в деловом общении

Основные понятия и категории межкультурной коммуникации: культура, культурные ценности и нормы, менталитет культуры, культурная картина мира, социализация и инкультурация, субкультура и контркультура, этническая и национальная культура, культурная идентичность и др. Теории межкультурной коммуникации: теория культурного контекста Э. Холла, теория культурных измерений Г. Хофштеде, теория ценностных ориентаций Ф. Клакхона и Ф. Стродбека и др. Уровни и формы межкультурной коммуникации. Этноцентризм, «отрицание» и «защита». Учет национальных особенностей в деловом общении. Понятие аккультурации. Основные задачи аккультурации. Формы аккультурации: сепарация, ассимиляция, маргинализация, интеграция. Аккультурация и идентичность. Аккультурация и толерантность. Результаты аккультурации. Понятие культурного шока. Формы проявления культурного шока. Механизм развития культурного шока. Факторы, определяющие развитие и преодоление культурного шока: внешние и внутренние. Способы преодоления культурного шока. 9 Понятие и сущность стереотипа. Происхождение стереотипов. Функции стереотипов в культуре. Значение стереотипов для межкультурной коммуникации. Типы стереотипов. Изменение и корректировка стереотипов. Культурный миф как совокупность устойчивых стереотипов о народе или группе. Особенности и структурные элементы культурного мифа. Понятие и сущность предрассудка. Отличие предрассудков от стереотипов. Механизмы формирования предрассудков. Типы предрассудков. Значение предрассудков в деловом общении. Изменение и корректировка предрассудков. Понятие межкультурного конфликта. Причины межкультурных конфликтов. Стратегии разрешения межкультурного конфликта. Зависимость данных стратегий разрешения конфликта от особенностей той или иной культуры. Правила поведения в конфликтной ситуации. Проблема диалога культур в современном мире. Понятие межкультурной компетентности и ее составляющие. Пути формирования межкультурной компетентности. Понятие толерантности: многообразие определений, трактовок и интерпретаций. Толерантность и интолерантность как альтернативные стратегии мышления. Способы формирования толерантности.

6 Конфликты и споры в деловых отношениях

Определение понятий «спор, «дискуссия», «полемика». Классификация видов спора. Культура спора: предмет спора, позиции полемистов, употребление понятий, поведение участников спора, индивидуальные особенности участников спора, национальные и культурные традиции, уважительное отношение к оппоненту, выдержка и самообладание в споре. Психологические приемы убеждения в споре: приемы воздействия на участников в споре, вопросы в споре и виды ответов, нечестные приемы, позволительные и непозволительные уловки в споре. Природа и сущность конфликта. Виды конфликтов. Внутриличностные конфликты. Конфликт между личностью и социальной группой. Межгрупповые конфликты. Стратегия поведения в конфликте. Конфликты в сфере организационных и социальных отношений. Управленческие конфликты. Прогнозирование и профилактика конфликтов. Способы управления конфликтом. Технологии эффективной коммуникации и рационального поведения в конфликте. Коммуникация переговорного процесса по разрешению конфликта.

7 Этикет делового общения.

Имидж делового человека Этикет как технология делового общения. Этика и этикет делового общения. Этикетные нормы деловых отношений с коллегами, подчиненными и руководством. Этикет делового поведения. Понятие и функции имиджа в общении. Имиджирование. Концептуальные подходы к изучению имиджа. Ценностные функции имиджа. Современная типология имиджа. Субъекты имиджирования. Технологии имиджирования. Модели поведения. Телесный имидж. Внешний вид. Тактика общения. Этикетные нормы виртуального общения. Создание имиджа в виртуальной среде.

8 Технологии самопрезентации

Понятие, цель самопрезентации. Основные презентационные модели самопрезентации. Техники самопрезентации. Стратегии самопрезентации с помощью целенаправленных сообщений. Непреднамеренное неконтролируемое поведение. Технологические позиции в разработке Я-концепции. Анализ и учет предпочтений конкретной среды деловых отношений личности. Анализ контекста, в котором осуществляется деятельность личности.

4.3 Практические занятия (семинары)

№ занятия	№ раздела	Тема	Кол-во часов
1	3,4	Стратегии устных деловых коммуникаций. Особенности публичного выступления. Стратегии письменной деловой коммуникаций	2
2	5,6	Межкультурная компетентность в деловом общении. Конфликты и споры в деловых отношениях.	2
3	8	Технологии самопрезентации	2
		Итого:	6

5 Учебно-методическое обеспечение дисциплины

5.1 Основная литература

1. Щербакова, И. В. Деловая коммуникация : учебное пособие : [16+] / И. В. Щербакова, С. А. Круглова. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2021. – 88 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=618860 (дата обращения: 02.04.2026).

2. Середа, Е. В. Деловая коммуникация : основы публичного выступления : учебное пособие / Е. В. Середа. – Москва : Директ-Медиа, 2025. – 116 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=729353 (дата обращения: 02.04.2026).

5.2 Дополнительная литература

1.Владимирова, Н. В. Основы деловых коммуникаций : учебное пособие : [16+] / Н. В. Владимирова, Н. В. Соломина ; Омский государственный технический университет. – Омск : Омский государственный технический университет (ОмГТУ), 2019. – 110 с. : табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=683047 (дата обращения: 02.04.2026).

2.Деловое общение : учебное пособие для вузов / авт.-сост. И. Н. Кузнецов. – 12-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2026. – 524 с. – (Учебные издания для вузов). – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=731116 (дата обращения: 02.04.2026).

5.3 Периодические издания

1. Коммуникология. – Москва: Международная академия коммуникологии, 2026.
2. Коммуникации. Медиа. Дизайн. – Москва: НИУ ВШЭ, 2026.
3. Дискурс профессиональной коммуникации. – Москва: «Московский государственный институт международных отношений (университет) Министерства иностранных дел Российской Федерации», 2026.

5.4 Интернет-ресурсы

https://www.communicology.us/ – Международная академия коммуникологии
http://soc.lib.ru/ – «Электронная библиотека - Социология, Психология, Управление»
https://datasets-isc.ru/o-nas – Институт научных коммуникаций
https://www.communicology.ru/jour – Коммуникология
https://nicrus.ru/ – Национальный исследовательский институт развития коммуникаций
https://ingeocomrudn.com/ – Институт геополитических коммуникаций РУДН

5.5 Программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы современных информационных технологий

1. Операционная система РЕД ОС.
2. Пакет офисных приложений «МойОфис Образование»
3. Для работы с ресурсами Интернет - веб-браузер Яндекс https://yandex.ru/..
4. ГАРАНТ Платформа F1 [Электронный ресурс]: справочно-правовая система. / Разработчик ООО НПП «ГАРАНТ-Сервис», 119992, Москва, Воробьевы горы, МГУ, [1990–2026]. – Режим доступа в сети ОГУ http://garant.net.osu.ru
5. Автоматизированная интерактивная система сетевого тестирования - АИССТ (зарегистрирована в РОСПАТЕНТ, Свидетельство о государственной регистрации программы для ЭВМ №2011610456, правообладатель – Оренбургский государственный университет), режим доступа - http://aist.osu.ru.

6 Материально-техническое обеспечение дисциплины

Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа, для проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.

Аудитории оснащены комплектами ученической мебели, техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Помещение для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой, подключенной к сети "Интернет", и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду ОГУ.