Минобрнауки России

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

Кафедра управления персоналом, сервиса и туризма

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

ДИСЦИПЛИНЫ

«Б1.Д.Б.24 Деловые коммуникации»

Уровень высшего образования

БАКАЛАВРИАТ

Направление подготовки
43.03.02 Туризм
(код и наименование направления подготовки)

Технология и организация туроператорских и турагентских услуг
(наименование направленности (профиля) образовательной программы)

Квалификация
Бакалавр

Форма обучения
Очная

Год набора 2026

Рабочая программа дисциплины «*Б1.Д.Б.24 Деловые коммуникации*» рассмотрена и утверждена на заседании кафедры

Кафедра управления персоналом, сервиса и туризма
наименование кафедры

протокол № 7 от «13» марта 2026 г.

И о. заведующего кафедрой
Кафедра управления персоналом, сервиса и туризма _____ Н.А. Четверикова
наименование кафедры *подпись* *расшифровка подписи*

Исполнители:
доцент _____ О.В. Бурдюгова
должность *подпись* *расшифровка подписи*

_____ _____ _____
должность *подпись* *расшифровка подписи*

СОГЛАСОВАНО:
Председатель методической комиссии по направлению подготовки
43.03.02 Туризм _____ Н.А. Четверикова
код наименование *личная подпись* *расшифровка подписи*

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

Уполномоченный по качеству факультета
_____ Ю.В. Рожкова
личная подпись *расшифровка подписи*

№ регистрации _____

© Бурдюгова О.В., 2026
© ОГУ, 2026

1 Цели и задачи освоения дисциплины

Цель (цели) освоения дисциплины: формирование системных знаний в области основ деловых коммуникаций, являющихся необходимым условием успешной профессиональной деятельности современного специалиста; изучение коммуникативного категориального аппарата, общих закономерностей, сходств и различий видов, уровней, форм общения; понимание возможностей практического применения технологий деловых коммуникаций, их взаимосвязи с жизненной средой и речевым поведением.

Задачи:

- усвоение основных понятий и норм деловых коммуникаций;
- овладение практическими навыками ведения деловых переговоров и других форм взаимодействия, умениями отстаивать свою позицию, поддерживать или корректно опровергать доводы в дискуссии, использовать речевые средства убеждения и воздействия на партнера;
- освоение устных и письменных профессионально значимых речевых жанров деловой коммуникации с ориентацией на творческое саморазвитие личности;
- практическое овладение коммуникативными технологиями и техниками;
- повышение культуры устной деловой речи и этикетной культуры.

2 Место дисциплины в структуре образовательной программы

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

Пререквизиты дисциплины: *Отсутствуют*

Постреквизиты дисциплины: *Б1.Д.Б.17 Документационное обеспечение управления в социально-культурном сервисе и туризме, Б1.Д.Б.20 Менеджмент в сфере услуг, Б1.Д.Б.21 Маркетинг в сфере услуг, Б1.Д.Б.25 Сервисная деятельность, Б1.Д.Б.28 Экскурсоведение, Б1.Д.Б.29 Управление персоналом в сфере услуг, Б1.Д.В.6 Выставочные технологии в туризме, Б1.Д.В.8 Культура организаций туризма, Б1.Д.В.10 Реклама и связи с общественностью в индустрии туризма и гостеприимства, Б1.Д.В.13 Организационное поведение*

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 осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	УК-4-В-1 Выбирает на государственном и иностранном (-ых) языках коммуникативно приемлемый стиль делового общения, вербальные и невербальные средства взаимодействия с партнерами УК-4-В-2 Ведет деловую коммуникацию в письменной и электронной форме, учитывая особенности стилистики официальных и неофициальных писем, социокультурные различия в формате корреспонденции на	**Знать:** - коммуникативный категориальный аппарат, общие закономерности, сходства и различия видов, уровней, форм общения; системную модель деловой коммуникации. **Уметь:** - конструктивно взаимодействовать с людьми различных категорий с учетом их социокультурных особенностей в целях успешного выполнения профессиональных задач и социальной интеграции. **Владеть:** - коммуникативными техниками и приемами для решения задач межличностного и

Код и наименование формируемых компетенций	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций
	государственном и иностранном (-ых) языках	межкультурного взаимодействия

4 Структура и содержание дисциплины

4.1 Структура дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц (180 академических часов).

Вид работы	Трудоемкость, академических часов	
	1 семестр	всего
Общая трудоёмкость	**180**	**180**
Контактная работа:	**35,25**	**35,25**
Лекции (Л)	18	18
Практические занятия (ПЗ)	16	16
Консультации	1	1
Промежуточная аттестация (зачет, экзамен)	0,25	0,25
Самостоятельная работа: *- выполнение индивидуального творческого задания (ИТЗ);* *- написание реферата (Р);* *- самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий;* *- подготовка к практическим занятиям;* *- подготовка к рубежному контролю и т.п.)*	**144,75**	**144,75**
Вид итогового контроля (зачет, экзамен, дифференцированный зачет)	**экзамен**	**экзамен**

Разделы дисциплины, изучаемые в 1 семестре

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов				
		всего	аудиторная работа			внеауд. работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	**Концептуальные основы деловых коммуникаций**	**92**	**10**	**8**	-	**74**
	Основные характеристики деловых коммуникаций	24	2	2	-	20
	Системная модель деловых коммуникаций	24	4	2	-	18
	Средства деловых коммуникаций	20	2	2	-	16
	Основные формы деловых коммуникаций	24	2	2	-	20
2	**Системная модель технологий деловых коммуникаций**	**88**	**8**	**8**	-	**72**
	Технологии деловых коммуникаций	40	4	4	-	32
	Споры и конфликты в деловых коммуникациях	24	2	2	-	20
	Документационное обеспечение деловых коммуникаций	24	2	2	-	20
	Итого:	180	18	16	-	146
	Всего:	180	18	16	-	146

4.2 Содержание разделов дисциплины

Раздел 1 Концептуальные основы деловых коммуникаций

Тема № 1 Основные характеристики деловых коммуникаций

Понятие «деловые коммуникации», «деловое общение». Взаимосвязь делового общения и сфер общественной жизни. Деловое общение как вид профессиональной деятельности.

Методы деловых коммуникаций: наблюдение свободное, стандартизированное и включенное; метод эксперимента, моделирования, системный и диалектический метод, тестирование, метод анализа конкретных деловых ситуаций (АКДС), метод деловых игр.

Функции деловых коммуникаций: гносеологическая, инструментально-трансляционная, функция социализации, прогностическая, аксиологическая.

Структурные компоненты деловой коммуникации: содержание, цель, средства, формы, стороны общения. Виды делового общения в зависимости от содержания: деятельностное, когнитивное, мотивационное, материальное, духовное, регулятивное; в зависимости от целей общения и применения типов психологического воздействия: эмоциональное, информационное, убеждающее, конвенциональное, суггестивное, императивное, манипулятивное, партнерское.

Законы общения: зеркального развития общения, зависимости результата общения от объема коммуникативных усилий, возрастающего нетерпения слушателей, падения интеллекта аудитории с увеличением ее размера, первичного отторжения новой идеи, ритма общения, речевого самовоздействия, отторжения публичной критики, доверия к простым словам, притяжения критики, коммуникативных замечаний, ускоренного распространения негативной информации, искажения информации при ее передаче, отклонения публичной критики, детального обсуждения мелочей, речевого усиления и поглощения эмоций, эмоционального подавления логики.

Тема №2 Системная модель деловых коммуникаций

Структурные элементы модели деловых коммуникаций. Фазы деловой коммуникации: перцептивная, когнитивная, аффективная, информационно-коммуникативная, интерактивная.

Перцептивные барьеры: превосходства, привлекательности, ореола, предрасположенности, снисходительности, первого впечатления, стереотипизации.

Когнитивная фаза деловой коммуникации. Основные социально-психологические механизмы – идентификация, рефлексия, каузальная атрибуция.

Аффективная фаза деловой коммуникации – эмоциональная регуляция межличностных отношений деловых партнеров. Эмпатия и аттракция как социально-психологические механизмы.

Информационно-коммуникативная фаза делового взаимодействия. Метакоммуникации. Процесс слушания в вербальной коммуникации деловых партнеров. Коммуникативные барьеры: логический, стилистический, семантический, фонетический.

Интерактивная фаза деловой коммуникации. Классификация стилей действия деловых партнеров на интерактивной фазе: сотрудничество, соперничество, приспособление, избегание. Проявление психологических механизмов на данной фазе: социальной фасилитации, социальной ингибиции, конформизма, нонконформизма.

Тема № 3 Средства деловых коммуникаций

Вербальные и невербальные, паралингвистические и экстралингвистические средства деловой коммуникации.

Основы вербальной коммуникации. Принципы речевого воздействия. Набор коммуникативных эффектов: визуального имиджа, первых фраз, аргументации, квантового выброса информации, интонации и паузы, художественной выразительности, релаксации, дисперсии.

Основы невербальной коммуникации: понятие, функции. Классификация невербальных средств коммуникации: кинесические (поза, жесты, мимика, походка, взгляд), такесические (прикосновения, рукопожатия, поглаживания), проксемические (дистанция, ориентация).

Характеристика жестов в деловой коммуникации.

Тема № 4 Основные формы деловых коммуникаций

Формы как важнейший структурный элемент деловых коммуникаций. Деловая беседа.

Правила подготовки и проведения деловой беседы. Закономерности аргументации при ведении деловой беседы. Принятие решения – завершающая фаза беседы.

Деловые переговоры. Национальные стили ведения переговоров.

Деловая дискуссия. Деловые совещания. Публичные выступления.

Раздел № 2 Системная модель технологий деловых коммуникаций

Тема № 5 Технологии деловых коммуникаций

Сущность понятия «технология деловых коммуникаций».

Когнитивный, процедурный и технико-ресурсный блок технологий деловых коммуникаций. Стратегии и тактики коммуникации.

Перцептивно-когнитивные технологии: основная цель; технологическая цепочка; когнитивные единицы формирования технологий; реализация в фазах делового общения. Приемы и техники влияния на партнера: техники побуждения, расположения и привлечения внимания. Техники расположения: разрушение барьера стереотипизации, пейсинг, раппорт.

Информационно-коммуникативные технологии. Техники «малого разговора». Техники вербализации эмоций и чувств: вербализация собственных эмоциональных состояний, косвенная (опосредованная) вербализация эмоций и чувств партнера, метафорическая вербализация, вербализация общности с партнером, вербализация значимости партнера. Техники постановки вопросов. Структура техник убеждения. Структура техник нейтрализации: нейтрализация замечаний партнера, его сомнений и недоверия, нейтрализация возражений партнера. Техники суггестии (внушения). Техники активного слушания.

Конативные (поведенческие) технологии деловых коммуникаций. Техники привлечения к деятельности, заражения, адаптации.

Манипулятивные технологии. Техники скрытого принуждения, побуждения, запугивания, заражения, внушения, запутывания, игнорирования Характеристики манипуляций в общении. Правила нейтрализации манипуляций. Приемы, стимулирующие общение и создание доверительных отношений.

Тема № 6 Споры и конфликты в деловых коммуникациях

Спор: определение понятия, цели, подходы, принципы ведения. Техника убеждения партнера. Особенности критики в споре. Правила конструктивной критики.

Конфликт: понятие, его структура и типология. Причины конфликтов. Типы конфликтных личностей. Модель конфликтного процесса и его последствия. Методы и стратегии управления конфликтной ситуацией. Принципы бесконфликтного общения: принцип терпимости к собеседнику, благоприятной самоподачи, минимизации негативной информации.

Тема № 7 Документационное обеспечение деловых коммуникаций

Функциональные и отраслевые системы документации. Унифицированные системы документации в условиях автоматизации деятельности. Общие правила оформления документов: нормативные документы по составлению, оформлению, применению; бланки документов, их структура и правила оформления. Протокол, виды протоколов, особенности оформления протокола.

Классификация документов по внешнеэкономической деятельности. Коммерческие письма, контракты, претензии. Особенности деловой переписки. Характеристика современного делового письма. Виды деловых писем. Общие правила оформления документов. Документирование договорно-правовых отношений в экономической деятельности.

4.3 Практические занятия (семинары)

№ занятия	№ раздела	Тема	Кол-во часов
1	1	**Концептуальные основы деловых коммуникаций**	**8:**
		Основные характеристики деловых коммуникаций	2
2		Системная модель деловых коммуникаций	2
3		Вербальные и невербальные средства деловых коммуникаций	2
4		Основные формы деловых коммуникаций	2
	2	**Системная модель технологий деловых коммуникаций**	**8:**
5, 6		Стратегии, технологии и тактики деловых коммуникаций	4
7		Методы и стратегии управления конфликтной ситуацией	2
8		Правила оформления документов	2
		Итого:	**16**

5 Учебно-методическое обеспечение дисциплины

5.1 Основная литература

1. Деловые коммуникации [Электронный ресурс] : учебное пособие для студентов, обучающихся по программам высшего образования по направлениям подготовки 38.03.05 Бизнес-информатика, 38.03.04 Государственное и муниципальное управление, 38.03.02 Менеджмент / М. Г. Круталевич [и др.]; М-во образования и науки Рос. Федерации, Федер. гос. бюджет. образоват. учреждение высш. образования "Оренбург. гос. ун-т". - Электрон. текстовые дан. (1 файл: 3.96 Мб). - Оренбург : ОГУ, 2015. - 215 с. - Загл. с тит. экрана. - Adobe Acrobat Reader 6.0. - Режим доступа: http://artlib.osu.ru/web/books/metod_all/9464_20160112.pdf - ISBN 978-5-7410-1378-6.. - № гос. регистрации 0321702207.

2. Коноваленко, М. Ю. Деловые коммуникации [Текст] : учебник для бакалавров: для студентов высших учебных заведений, обучающихся по экономическим направлениям и специальностям / М. Ю. Коноваленко, В. А. Коноваленко; Рос. экон. ун-т им. Г. В. Плеханова. - Москва : Юрайт, 2014. - 468 с. : табл. - (Бакалавр. Базовый курс). - На тит. л.: Книга доступна в электронной библиотечной системе biblio-online.ru. - Библиогр.: с. 467-468. - ISBN 978-5-9916-3373-4.

5.2 Дополнительная литература

1. Таратухина, Ю. В. Деловые и межкультурные коммуникации [Текст] : учебник и практикум для академического бакалавриата: учебник для студентов высших учебных заведений, обучающихся по экономическим направлениям и специальностям / Ю. В. Таратухина, З. К. Авдеева. - Москва: Юрайт, 2016. - 324 с.: ил. - (Бакалавр. Академический курс). - На обл. и тит. л.: Книга доступна в электронной библиотечной системе biblio-online.ru. - Библиогр. в конце гл. - ISBN 978-5-9916-5340-4.

2. Титова, Л. Г. Деловое общение: учебное пособие / Л. Г. Титова. – Москва: Юнити-Дана, 2017. – 271 с.: табл., схем. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=691649 – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-238-00919-3. – Текст : электронный.

3. Титова, Л. Г. Технологии делового общения: учебное пособие / Л. Г. Титова. – Москва: Юнити-Дана, 2017. – 239 с.: ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=691966 – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-238-01347-3. – Текст : электронный.

5.3 Периодические издания

1. Маркетинг в России и за рубежом: журнал. – М.: Агентство «Роспечать», 2026.
2. Маркетинг и маркетинговые исследования: журнал. – М.: Агентство «Роспечать», 2026.

5.4 Интернет-ресурсы

1. http://www.aup.ru/ - Административно-управленческий портал – бизнес-портал предназначен для руководителей, менеджеров, маркетологов, финансистов и экономистов предприятий. Основой портала является электронная библиотека деловой литературы и документов, а также бизнес-форум по различным аспектам теории и практики организации, планирования и управления деятельностью предприятий.
2. http://infomanagement.ru/ - Инфо-менеджмент – портал, на котором собраны литература (книги, лекции, периодические издания) по менеджменту и управлению, а также представлены мировые и российские новости, посвященные управлению.
3. http://ecsocman.edu.ru/ - Федеральный портал «Экономика. Социология. Менеджмент»
4. https://www.coursera.org/ - «Coursera»: «Эффективный руководитель»: https://www.coursera.org/specializations/effektivnyy-rukovoditel

5. https://openedu.ru/course/ - «Открытое образование», Каталог курсов, МООК: «Основы эффективного делового общения» https://openedu.ru/course/spbu/DEL_OBS//

6. https://www.lektorium.tv/mooc - «Лекториум», МООК: «Основы успешного делового общения» https://www.lektorium.tv/mooc2/32867/

5.5 Программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы

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.