

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Андрей Драгомирович Хлутков
Должность: директор
Дата подписания: 11.03.2025 15:22:21
Уникальный программный ключ:
880f7c07c583b07b775f6604a630281b13ca9fd2

**Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА
И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**

Северо-Западный институт управления - филиал РАНХиГС

Кафедра управления в сфере туризма и гостиничного бизнеса

УТВЕРЖДЕНО

Директор СЗИУ РАНХиГС
Хлутков А.Д.

ПРОГРАММА МАГИСТРАТУРЫ

«Индустрия делового и событийного туризма»
(наименование образовательной программы)

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ,
реализуемой без применения электронного (онлайн) курса**

Б1.В.ДВ.04.02 Деловые коммуникации в туризме /
Business communications in tourism
(код и наименование РПД)

43.04.02 Туризм
(код, наименование направления подготовки)

Очная/заочная
(формы обучения)

Год набора – 2024

Санкт-Петербург, 2024 г.

Автор-составитель:

Д-р экон. наук, руководитель магистерской программы
«Индустрия делового и событийного туризма»

Морозова М.А.

Заведующая кафедрой управления в сфере туризма и гостиничного бизнеса:

доктор экономических наук, профессор Морозова Марина Александровна

РПД Б1.В.ДВ.04.02 «Деловые коммуникации в туризме / Business communications in tourism» одобрена на заседании кафедры управления в сфере туризма и гостиничного бизнеса. Протокол от «16» июня 2024 г. №1.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.....	4
2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы.....	5
3. Содержание и структура дисциплины.....	7
4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся.....	8
5. Оценочные материалы промежуточной аттестации по дисциплине.....	12
6. Методические материалы по освоению дисциплины.....	16
7. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет.....	20
7.1. Основная литература.....	20
7.2. Дополнительная литература.....	20
7.3. Нормативные правовые документы и иная правовая информация.....	21
7.4. Интернет-ресурсы.....	21
7.5. Иные источники.....	22
8. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы.....	22

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

1.1. Дисциплина Б1.В.ДВ.04.02 «Деловые коммуникации в туризме / Business communications in tourism» обеспечивает овладение следующими компетенциями с учётом этапа:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код компонента компетенции	Наименование компонента компетенции
УК-3	Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели	УК-3.1	Способен демонстрировать понимание принципов командной работы и использовать потенциал личности к постоянному развитию, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели.
УК-4	Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	УК-4.1	Способен осуществлять академическое и профессиональное взаимодействие, в том числе на иностранном языке и использовать современные информационно-коммуникативные средства для коммуникации.
УК-5	Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	УК-5.1	Способен осуществлять социальную политику и социальное развитие организации с учетом межкультурного взаимодействия.

1.2. В результате освоения дисциплины у студентов должны быть сформированы:

Код компонента компетенции	Результаты обучения
УК-3.1	на уровне знаний: основные принципы управления коммуникациями, особенности хранения и обработки управленческой информации; особенности влияния организационной структуры и корпоративной культуры на коммуникационные процессы
	на уровне умений: организовать и управлять процессами формирования и работы коллектива предприятия туристской индустрии; оценивать качество и результативность труда персонала
	на уровне навыков: владеть опытом командной работы; навыками руководства

Код компонента компетенции	Результаты обучения
	коллективом посредством деловой коммуникации
УК-4.1	на уровне знаний: теоретические основы деловых коммуникаций, владеть понятиями "общение" и "деловое общение", структурой, функциями, видами и формами делового общения; технологии делового взаимодействия; способы и приемы делового общения в различных его видах и с различными типами собеседников; коммуникативные барьеры; основные составляющие имиджа делового человека; знать и соблюдать этические нормы и принципы делового общения
	на уровне умений: использовать технологии делового взаимодействия в управленческой практике; пользоваться вербальными и невербальными средствами общения, а также распознавать намерения партнеров, пользующихся этими средствами; эффективно планировать и реализовывать устные и письменные деловые коммуникации; преодолевать коммуникативные барьеры; проектировать имидж делового человека
	на уровне навыков: устных деловых коммуникаций (публичного выступления, ведения спора, дискуссии, полемики, самопрезентации); составления письменных деловых коммуникаций; построения имиджа делового человека; этики делового общения
УК-5.1	на уровне знаний: знать основы этнориторики; социальную, этническую и культурную специфику деловой коммуникации
	на уровне умений: уметь учитывать национальные особенности в устном и письменном межкультурном деловом общении; реализовывать на практике социальную, этническую и культурную специфику деловой коммуникации
	на уровне навыков: владеть опытом анализа национально-культурных особенностей письменной деловой коммуникации; навыками учета социальной, этической и культурной составляющих их в процессе профессиональной деловой коммуникации

2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы

Объем дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 академ. часов / 108 астр. часов.

Вид работы	Трудоемкость (в академ. часах) Очная/заочная
Общая трудоемкость	144/144
Контактная работа	58/18
Лекции	20/8
Практические занятия	36/8
Лабораторные занятия	-
Консультации	2/2

Самостоятельная работа	86/118
Контроль	-/4
Формы текущего контроля	УО – устный опрос, К – кейс, Р – реферат
Форма промежуточной аттестации	Зачет с оценкой

Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина Б1.В.ДВ.04.02 «Деловые коммуникации в туризме / Business communications in tourism» относится к дисциплинам по выбору вариативной части профессионального цикла учебного плана направления 43.04.02 «Туризм» профиль «Индустрия делового и событийного туризма».

Целью дисциплины Б1.В.ДВ.04.02 «Деловые коммуникации в туризме / Business communications in tourism» является формирование коммуникативно-речевых компетенций в области деловой коммуникации, формирование умений и навыков в области использования разных жанров деловой коммуникации, развитие умения оптимально использовать средства русского языка при устном и письменном деловом общении в сфере туризма.

Дисциплина «Деловые коммуникации в туризме / Business communications in tourism» логически и содержательно связана с такими предшествующими дисциплинами учебного плана, как «Организация и управление бизнес-процессами в деловом и событийном туризме», «Особенности обслуживания премиального сегмента делового и событийного туризма».

В свою очередь знания и умения, полученные при освоении дисциплины, являются основой для дисциплин «Исследование бизнес-процессов в индустрии делового и событийного туризма», «Реинжиниринг бизнес-процессов на предприятиях индустрии туризма», «Методы создания клиент-ориентированных структур и процессов в индустрии делового и событийного туризма», успешного прохождения практик.

Дисциплина может реализовываться с применением дистанционных образовательных технологий (далее – ДОТ).

Доступ к системе дистанционных образовательных технологий осуществляется каждым обучающимся самостоятельно с любого устройства на портале: <https://szu-de.ranepa.ru/>. Пароль и логин к личному кабинету / профилю предоставляется студенту в деканате.

Все формы текущего контроля, проводимые в системе дистанционного обучения, оцениваются в системе дистанционного обучения. Доступ к видео и материалам лекций предоставляется в течение всего семестра. Доступ к каждому виду работ и количество попыток на выполнение задания предоставляется на ограниченное время согласно регламенту дисциплины, опубликованному в СДО. Преподаватель оценивает выполненные обучающимся работы не позднее 10 рабочих дней после окончания срока выполнения.

Изучение дисциплины осуществляется в течение одного семестра: для студентов очной формы обучения – на 2 семестре 1 курса, , в течение 1 курса для студентов заочной формы.

3. Содержание и структура дисциплины

3.1. Структура дисциплины

Очная форма обучения

№ п/п	Наименование тем и/или разделов	Объем дисциплины (модуля), час.					Форма текущего контроля успеваемости*, промежуточной аттестации	
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий					СР
			Л/ДОТ	ЛР/ДОТ	ПЗ/ДОТ	КСР		
Тема 1 Topic 1	Основы общения / Basics of Communication	17	3		4		10	УО, К, Р
Тема 2 Topic 2	Эффективность коммуникации / Communication efficiency	15	3		4		8	УО, К, Р
Тема 3 Topic 3	Средства связи / Means of communication	16	2		4		10	УО, К, Р
Тема 4 Topic 4	Внутренние коммуникации / Internal communications	14	2		4		8	УО, К, Р
Тема 5 Topic 5	Внешние коммуникации / External communications	16	2		4		10	УО, К, Р
Тема 6 Topic 6	Маркетинговые коммуникации / Marketing communications	16	2		4		10	УО, К, Р
Тема 7 Topic 7	PR как функция менеджмента / PR as a function of management	16	2		4		10	УО, К, Р
Тема 8 Topic 8	Проблемные коммуникации / Problem communications	16	2		4		10	УО, К, Р
Тема 9 Topic 9	Имидж и самопрезентация менеджера в общении. / Image and self-presentation of a manager in communication	16	2		4		10	УО, К, Р
Промежуточная аттестация			Консультации – 2/1,5					Зачет с оценкой
Всего (акад/астр):		144/108	20/12		36/27		86/64,5	

Примечание: * УО – устный опрос, К – кейс, Р – реферат.

Заочная форма обучения

№ п/п	Наименование тем и/или разделов	Объем дисциплины (модуля), час.				Форма текущего контроля
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем		СР	

			по видам учебных занятий					успеваемости*, промежуточной аттестации
			Л/ДОТ	ЛР/ ДОТ	ПЗ/ ДОТ	КСР		
Тема 1 Topic 1	Основы общения / Basics of Communication	13	2		-		13	
Тема 2 Topic 2	Эффективность коммуникации / Communication efficiency	13	2		-		13	
Тема 3 Topic 3	Средства связи / Means of communication	14	2		-		13	
Тема 4 Topic 4	Внутренние коммуникации / Internal communications	14	2		2		13	
Тема 5 Topic 5	Внешние коммуникации / External communications	14	-		1		13	
Тема 6 Topic 6	Маркетинговые коммуникации / Marketing communications	14	-		1		13	
Тема 7 Topic 7	PR как функция менеджмента / PR as a function of management	14	-		2		13	
Тема 8 Topic 8	Проблемные коммуникации / Problem communications	14	2		-		13	
Тема 9 Topic 9	Имидж и самопрезентация менеджера в общении. / Image and self- presentation of a manager in communication	14	-		2		13	УО, К, Р
Промежуточная аттестация		4/3	Консультации – 2/1,5					Зачет с оценкой
Всего (акад/астр):		144/ 108	8/6		8/6		122/91, 5	

Примечание: * УО – устный опрос, К – кейс, Р – реферат.

3.2. Содержание дисциплины

Тема 1. Основы общения

Основные категории, виды коммуникаций в туризме. Коммуникативная среда туристской организации. Роль и особенности коммуникаций в деятельности туристических организаций. Коммуникационные модели. Формы, методы, способы формирования каналов коммуникации. Особенности межкультурных деловых коммуникаций в сфере туризма.

Тема 2. Эффективность коммуникаций

Концепция эффективных коммуникационных технологий. Формирование эффективных коммуникаций в туристической организации. Методы анализа эффективности каналов коммуникации. Роль обратной связи в деловом общении. Коммуникационные барьеры и их преодоление.

Тема 3. Средства связи

Язык является основным средством общения. Особенности языкового общения в условиях личного и дистанционного контакта. Особенности письменного делового общения. Невербальные средства общения. Технические средства связи. Особенности межкультурного контакта с точки зрения использования различных средств коммуникации

Тема 4. Внутренние коммуникации

Понятие и виды внутренних коммуникаций. Принципы организации эффективного коммуникативного процесса на туристском предприятии, толерантность к социальным, этническим, конфессиональным и культурным различиям. Устные и документальные каналы внутренней коммуникации: особенности использования в работе с персоналом. Особенности влияния организационной структуры и корпоративной культуры на коммуникационные процессы. Роль коммуникаций в формировании и поддержании корпоративной культуры туристской организации. Методы оценки качества и эффективности работы персонала предприятия туристической отрасли. Организация контроля эффективности связи

Тема 5. Внешние коммуникации

Направления внешних коммуникаций, их особенности в туристской организации. Взаимодействие бизнеса и власти в вопросах занятости, налогообложения, тарифообразования, участие в управлении деятельностью хозяйствующих субъектов, информационное обеспечение. Лоббирование. Взаимодействие с потребителями. Основные подходы к управлению взаимоотношениями с клиентами. Общение с деловыми партнерами, особенности межкультурных коммуникаций. Межличностные коммуникации менеджера в туризме.

Тема 6. Маркетинговые коммуникации

Понятие маркетинговых коммуникаций, основные направления маркетинговых коммуникаций, инструменты маркетинговых коммуникаций.

Тема 7. PR как функция менеджмента

Социальные, управленческие, маркетинговые подходы к PR. Цель, задачи и основные направления PR в менеджменте. Имидж организации: понятие, элементы, основные подходы к созданию. Формирование положительного общественного мнения об организации. Массовая коммуникация, ее положительное и отрицательное влияние на деятельность туристических организаций.

Тема 8. Проблемные коммуникации

Конфликтное общение, его особенности, методы предотвращения и коррекции. Кризисные коммуникации в туризме.

Тема 9. Имидж и самопрезентация менеджера в общении.

Коммуникабельность менеджера. Понятие и функции имиджа в деловых коммуникациях менеджера. Визуализация. Модели поведения. Изображение тела. Появление. Тактика общения. Презентационные технологии. Развитие Я-концепции. Анализ и учет предпочтений

конкретной среды деловых отношений личности. Создание сообщения-информации о человеке.

Topic 1. Basics of communication

The main categories, types of communications in tourism. Communicative environment of the tourist organization. The role and features of communications in the activities of tourism organizations. Communication models. Forms, methods, ways of forming communication channels. Features of intercultural business communications in the field of tourism.

Topic 2. Effectiveness of communications

The concept of effective communication technologies. Formation of effective communications in the tourism organization. Methods for analyzing the effectiveness of communication channels. The role of feedback in business communication. Communication barriers and their overcoming.

Topic 3. Means of communication

Language is the main means of communication. Peculiarities of language communication in conditions of personal and remote contact. Features of written business communication. Non-verbal means of communication. Technical means of communication. Features of cross-cultural contact in terms of the use of various means of communication

Topic 4. Internal communications

The concept and types of internal communications. Principles of organizing an effective communication process at a tourist enterprise, tolerance for social, ethnic, confessional and cultural differences. Oral and documentary channels of internal communication: features of use in work with personnel. Features of the influence of the organizational structure and corporate culture on communication processes. The role of communications in the formation and maintenance of the corporate culture of a tourist organization. Methods for assessing the quality and effectiveness of the work of the personnel of the enterprise of the tourism industry. Organization of communication efficiency control

Topic 5. External communications

Directions of external communications, their features in the tourist organization. Interaction between business and government in matters of employment, taxation, tariff setting, participation in managing the activities of economic entities, information support. Lobbying. Interaction with consumers. Basic approaches to customer relationship management. Communication with business partners, features of cross-cultural communications. Interpersonal communications of the manager in tourism.

Topic 6. Marketing communications

The concept of marketing communications, the main directions of marketing communications, tools of marketing communications.

Topic 7. PR as a function of management

Social, managerial, marketing approaches to PR. Purpose, tasks and main directions of PR in management. Image of the organization: concept, elements, basic approaches to creation. Formation of a positive public opinion about the organization. Mass communication, its positive and negative impact on the activities of tourism organizations.

Topic 8. Problematic communications

Conflict communication, its features, methods of prevention and correction. Crisis communications in tourism.

Topic 9. Image and self-presentation of a manager in communication

Manager's communication skills. Concept and functions of image in manager's business communications. Imaging. Behavior models. Body image. Appearance. Communication tactics. Presentation technologies. Development of the self-concept. Analysis and consideration of the preferences of a particular environment of business relations of an individual. Creation of a message-information about the person.

4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся

4.1. В ходе реализации дисциплины *Б1.В.ДВ.04.02 Деловые коммуникации в туризме / Business communications in tourism* используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

При проведении занятий лекционного типа: лекционный метод (лекция-беседа).

при проведении занятий семинарского типа: устный опрос, кейсы, написание реферата.

при контроле результатов самостоятельной работы студентов: самостоятельное изучение литературы; домашние задания, которые включает в себя выполнение различного рода заданий, которые ориентированы на более глубокое усвоение материала изучаемой дисциплины.

В случае реализации дисциплины в ДОТ формат заданий адаптирован для платформы Moodle.

4.2. Типовые материалы текущего контроля успеваемости обучающихся

Типовые оценочные материалы по теме №1-9

Вопросы для обсуждения:

Изложите теоретические основы по данной теме (дайте определения, перечислите и назовите) и обоснуйте (аргументируйте и продемонстрируйте) свое отношение к данной теме (на конкретном примере).

1. Понятия «коммуникация» и «коммуникация», их взаимосвязь.
2. Основные понятия теории коммуникации: «информация», «коммуникативная ситуация», «коммуникативное событие», «коммуникативный акт», «речевая ситуация», «речевое событие», «речевой акт», «дискурс».
3. Функции общения.
4. Специфика и основные задачи делового общения.
5. Характеристики делового общения: предметно-целевое содержание общения, соблюдение формально-ролевых принципов взаимодействия, взаимозависимость участников делового общения, коммуникативный контроль, формальные ограничения.
6. Перцептивный аспект общения.
 - 6.1. Механизмы восприятия.
 - 6.2. Факторы, влияющие на формирование первого впечатления.
 - 6.3. Ошибки восприятия
 - 6.4. Ошибки познания (Ф. Бэкон)
7. Коммуникативный аспект общения
 - 7.1. Виды межличностного общения
 - 7.2. Стили общения
8. Интерактивный аспект общения.
 - 8.1. 5 стратегий К.Томаса
 - 8.2. Теория М.Вебера

- 8.3. Транзакционный анализ
- 9. Основы устного общения
 - 9.1. Виды речи
 - 9.2. Речь как источник информации
- 10. Формы речевого общения
- 11. Культура речи
- 12. Акустическая система отражения невербального поведения человека.
 - 12.1. Паралингвистика
 - 12.2. Экстралингвистика
- 13. Оптическая система отражения невербального поведения человека.
 - 13.1. Выражения лица
 - 13.2. Жесты
- 13. Деловые переговоры и деловая беседа
- 14. Модели и стили переговоров
 - 14.1. Беседа
 - 14.2. Спор
 - 14.3. торг
 - 14.4. принципиальный метод переговоров
- 15. Структурное построение переговорного процесса
- 16. Результаты переговоров
- 17. Особенности разногласий в переговорном процессе
- 18. Ведущие факторы переговорного процесса
- 19. Виды переговоров
- 20. Ораторское искусство
- 21. Техника речи
- 22. Контакт с аудиторией
- 23. Ошибки начинающего оратора
- 24. Эргономические барьеры
- 25. Коммуникационные барьеры в межличностном общении
- 26. Технические барьеры
- 27. Барьеры общения в организации
- 28. Виды конфликтов
- 29. Причины конфликтов
 - 29.1. Информационные факторы
 - 29.2. Поведенческие факторы
 - 29.3. Факторы взаимоотношений
 - 29.4. Факторы стоимости
 - 29.5. Структурные факторы
- 30. Конфликтные функции
- 31. Классификация видов искажения информации.
 - 31.1. Классификация Ф. Бэкона
 - 31.2. Классификация Ю.В. Щербатых
 - 31.3. Классификация В.В. Занков
- 32. Принципы эффективного обнаружения ложной информации
- 33. Показатели неискренности человека
- 34. Признаки малой группы
- 35. функций группового общения
- 36. Социометрическая структура
- 37. Структура социальной власти в малой группе
- 38. Характеристики групповых процессов
- 39. Формирование групповой сплоченности
- 40. Коммуникация как функция управления организацией

41. Формирование коммуникаций внутри компании
42. Имидж и репутация
43. Средства внутриорганизационных коммуникаций
44. Внутрикорпоративный PR-проект
45. Информационные технологии в деловых коммуникациях
46. Основные понятия этики и этикета делового общения.
47. Национальные особенности делового этикета.
48. Атрибуты делового общения

1. The concepts of "communication" and "communication", their relationship.
2. Basic concepts of communication theory: "information", "communicative situation", "communicative event", "communicative act", "speech situation", "speech event", "speech act", "discourse".
3. Functions of communication.
4. Specificity and main tasks of business communication.
5. Characteristics of business communication: subject-target content of communication, observance of formal-role principles of interaction, interdependence of business communication participants, communicative control, formal restrictions.
6. Perceptual aspect of communication.
 - 6.1. Mechanisms of perception.
 - 6.2. Factors affecting the formation of the first impression.
 - 6.3. Perceptual errors
 - 6.4. Errors of knowledge (F. Bacon)
7. Communicative aspect of communication
 - 7.1. Types of interpersonal communications
 - 7.2. Communication styles
8. Interactive aspect of communication.
 - 8.1. 5 strategies of K. Thomas
 - 8.2. Theory of M. Weber
 - 8.3. Transactional Analysis
9. Basics of oral communication
 - 9.1. Types of speech
 - 9.2. Speech as a source of information
10. Forms of verbal communication
11. Culture of speech
12. Acoustic system of reflection of non-verbal human behavior
 - 12.1. Paralinguistics
 - 12.2. Extralinguistics
13. Optical system of reflection of non-verbal human behavior
 - 13.1. Facial expressions
 - 13.2. Gestures
13. Business negotiations and business conversation
14. Negotiation patterns and styles
 - 14.1. Conversation
 - 14.2. Dispute
 - 14.3. Bargaining
 - 14.4. principled negotiation method
15. Structural construction of the negotiation process
16. Results of negotiations
17. Features of controversy in the negotiation process
18. Leading factors of the negotiation process
19. Types of negotiations

20. Oratory
21. Speech technique
22. Contact with the audience
23. Mistakes of a novice speaker
24. Ergonomic barriers
25. Communication barriers in interpersonal communications
26. Technical barriers
27. Barriers to communication in an organization
28. Types of conflicts
29. Causes of conflicts
- 29.1. Information factors
- 29.2. Behavioral factors
- 29.3. Relationship Factors
- 29.4. Value Factors
- 29.5. Structural factors
30. Conflict functions
31. Classification of types of information distortion
- 31.1. F. Bacon's classification
- 31.2. Classification Yu.V. Shcherbatykh
- 31.3. Classification V.V. Zankov
32. Principles for effective detection of false information
33. Indicators of a person's insincerity
34. Signs of a small group
35. Group communication functions
36. Sociometric structure
37. The structure of social power in a small group
38. Characteristics of group processes
39. Formation of group cohesion
40. Communication as a function of organization management
41. Formation of communications within the company
42. Image and reputation
43. Means of intra-organizational communications
44. Internal corporate PR project
45. Information technology in business communications
46. Basic concepts of ethics and etiquette of business communication
47. National features of business etiquette
48. Attributes of business communication

Типовые темы для рефератов

Проанализируйте, оцените, сравните и укажите свое отношение к затронутой теме.

1. Исследование имиджа менеджеров, их стилей руководства и делового взаимодействия.
- 2) Исследование психологических особенностей лидеров и их влияния на деловое общение.
- 3) Исследование имиджа учителя и его влияние на профессиональную деятельность.
- 4) Исследование психологических особенностей подростков и их влияния на стили общения.
- 5) Исследование имиджа бизнесмена, личностных особенностей, влияющих на деловое общение.
- 6) Исследование образа деловой женщины в гендерном контексте.
- 7) Исследование образа преподавателя высшей школы в гендерном контексте.
- 8) Исследование имиджа лидеров высшего образования в гендерном контексте.
- 9) Исследование имиджа спортсменов в различных видах спорта и его влияние на деловое взаимодействие.
- 10) Исследование имиджа специалиста модельного бизнеса в гендерном аспекте.

- 11) Исследование психологических особенностей специалиста в области информационных технологий, их влияние на деловое общение.
- 12) Исследование сотрудников сферы гостиничного сервиса, анализ влияния их личностных особенностей на деловое общение.
- 13) Исследование специалистов туристической отрасли, анализ влияния их личностных особенностей на деловое общение.

1. Study of the image of managers, their leadership styles and business interaction
- 2) Study of the psychological characteristics of leaders and their influence on business communication
- 3) Study of the teacher's image and its impact on professional activities.
- 4) Study of the psychological characteristics of adolescents and their influence on communication styles.
- 5) Study of the image of a businessman, personal characteristics that affect business communication.
- 6) Study of the image of a business woman in a gender context.
- 7) Study of the image of a higher school teacher in a gender context.
- 8) Study of the image of higher education leaders in a gender context.
- 9) Study of the image of athletes in various sports and its impact on business interaction.
- 10) Study of the image of a specialist in the modeling business in the gender aspect.
- 11) The study of the psychological characteristics of a specialist in the field of information technology, their impact on business communication.
- 12) Study of employees in the field of hotel service, analysis of the influence of their personal characteristics on business communication.
- 13) Study of specialists in the tourism industry, analysis of the influence of their personal characteristics on business communication.

По заданной теме студенты анализируют имидж личностей различных профессиональных групп (возможно по выбору студента) мужского или женского гендера. Каждый студент проводит самоанализ, а затем осуществляет работу по сравнительному анализу собственной личности и группы в количестве не менее 10 человек, осуществляя при этом сравнение с помощью расчета коэффициента ранговой корреляции Спирмена.

- 14) Зависимое поведение как следствие снижения психологической устойчивости личности.
- 15) Техники саморегуляции в процессе делового общения.
- 16) Методы психологического воздействия, характеристики.
- 17) Психология манипуляции. Характеристика личности манипулятивного типа
- 18) Понятие аргументации, приемы
- 19) Вербальные средства общения. Риторика, приемы и аргументы, используемые в риторике*
- 20) Невербальные средства общения. общие характеристики
- 21) Национальные особенности мимики и жестов.
- 22) Особенности ведения деловых переговоров
- 23) Конфликты в деловом общении. Способы поведения в конфликте
- 24) Характеристика основных целей общения.
- 25) Особенности деловой речи.
- 25) Основные разговорные стили. Особенности деловых переговоров.
- 26) Важность умения слушать в деловом общении. Виды активного слушания, их характеристики.
- 27) Основные модели поведения в общении.
- 28) Психологические механизмы общения.
- 29) Основные позиции партнеров по общению.
- 30) Поведенческие принципы делового общения.

- 14) Dependent behavior as a result of a decrease in the psychological stability of the individual

- 15) Techniques of self-regulation in the process of business communication
- 16) Methods of psychological influence, characteristics
- 17) Psychology of manipulation. Characteristics of the personality of the manipulative type
- 18) The concept of argumentation, techniques
- 19) Verbal means of communication. Rhetoric, techniques and arguments used in rhetoric *
- 20) Non-verbal means of communication. general characteristics
- 21) National features of facial expressions and gestures
- 22) Features of conducting business negotiations
- 23) Conflicts in business communication. Ways to behave in conflict
- 24) Characteristics of the main goals of communication.
- 25) Features of business speech.
- 25) Basic conversational styles. Features of business negotiations.
- 26) Importance of listening in business communication. Types of active listening, their characteristics
- 27) The main models of behavior in communication.
- 28) Psychological mechanisms of communication.
- 29) The main positions of partners in communication.
- 30) Behavioral principles of business communication.

Примеры ситуационных задач

Проанализируйте информацию, определите, установите и укажите свое отношение к затронутой теме, сформулируйте ответы на вопросы.

Ситуация 1

Ваш подчиненный сотрудник, талантливый специалист творческого типа, в возрасте, имеет статус и личные достижения, пользуется большим успехом у деловых партнеров, решает любые задачи и великолепно взаимодействует. Однако у вас не было отношений с этим работником.

Он не воспринимает вас как лидера, ведет себя достаточно самоуверенно. В вы нашли некоторые недостатки в его работе и решили его раскритиковать, но ваш предыдущий опыт указывает на его негативную реакцию на критику: он становится раздражительным и настороженным. Как себя вести?

Ситуация 2

После небольшого выговора вы сказали работнику несколько приятных слов. Наблюдая за своим партнером, вы заметили, что его лицо, поначалу несколько напряженное, быстро повеселело. Кроме того, он начал, как всегда, шутить и шутить, рассказал пару свежих анекдотов и историю, произошедшую сегодня в его доме. В конце разговора ты понял, что критика, с которой ты начал разговор, не только не была принята, но и как бы забыта. Вероятно, он услышал только приятную часть разговора. Что вы будете делать?

Ситуация 3

Всякий раз, когда вы ведете серьезный разговор с кем-то из своих подчиненных, критикуете ее работу и спрашиваете, почему она это делает, она отделяется молчанием. Вам это неприятно, вы толком не знаете, с чем связано ее молчание, воспринимает она критику или нет, вы расстраиваетесь и злитесь. Что можно сделать, чтобы изменить ситуацию?

Ситуация 4

Вы критикуете одну из своих сотрудниц, она очень эмоционально реагирует. Приходится каждый раз завершать разговор и не доводить разговор до конца. А теперь, после твоих замечаний, она расплакалась. Как донести до нее свои мысли?

Ситуация 5

У вас есть несколько подчиненных, которые совершают немотивированные действия. Ты видишь их постоянно вместе, при этом тебе кажется, что ты знаешь, кто их неформальный лидер. Нужно заставить их работать хорошо, а не устраивать «тусовки» прямо на рабочем

месте. Вы не знаете, какие у них общие интересы. Что вы сделаете, чтобы изменить ситуацию и улучшить производительность?

Situation 1

Your subordinate employee, a talented specialist of a creative type, aged, has status and personal achievements, is very popular with business partners, solves any problems and interacts superbly. However, you did not have a relationship with this worker.

He does not perceive you as a leader, he behaves quite self-confidently. At you found some flaws in his work and decided to criticize him, but your previous experience indicates his negative reaction to criticism: he becomes irritable and wary. How to behave?

Situation 2

Following a brief reprimand, you said a few nice words to the worker. Watching your partner, you noticed that his face, at first somewhat tense, quickly cheered up. In addition, he began, as always, to joke and joke, told a couple of fresh anecdotes and a story that happened today in his house. At the end of the conversation, you realized that the criticism with which you started the conversation was not only not accepted, but also, as it were, forgotten. He probably only heard the pleasant part of the conversation. What will you do?

Situation 3

Whenever you have a serious conversation with one of your subordinates, criticize her work and ask why she does this, she gets off with silence. This is unpleasant for you, you don't really know what her silence is connected with, whether she perceives criticism or not, you get upset and angry. What can be done to change the situation?

Situation 4

You criticize one of your employees, she reacts very emotionally. You have to wrap up the conversation every time and not bring the conversation to the end. And now, after your remarks, she burst into tears. How do you get your thoughts across to her?

Situation 5

You have several subordinates who commit unmotivated actions. You see them constantly together, while it seems to you that you know who their informal leader is. You need to make them work well, and not arrange "hangouts" right at the workplace. You don't know what interest they have in common. What will you do to change the situation and improve performance?

5. Оценочные материалы промежуточной аттестации по дисциплине

5.1. Зачет с оценкой проводится с применением следующих методов (средств): в рамках сдачи зачета с оценкой предусматривается устный ответ студентом на полученный вопрос.

В случае проведения промежуточной аттестации в дистанционном режиме используется платформа Moodle и Teams.

5.2. Оценочные материалы промежуточной аттестации

Компонент компетенции	Промежуточный/ключевой индикатор оценивания	Критерий оценивания
УК-3.1 Способен демонстрировать понимание принципов командной работы и использовать потенциал личности к постоянному развитию, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели.	Демонстрирует понимание принципов командной работы и использует потенциал личности к постоянному развитию, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели.	Корректно определены общие и технологические функции менеджмента, организационные формы коллективного управления, психологические аспекты кадрового менеджмента. Правильно применимы федеральные и отраслевые нормативные правовые документы в области регулирования трудовой деятельности туристских

Компонент компетенции	Промежуточный/ключевой индикатор оценивания	Критерий оценивания
		работников. Чётко выявлены проблемы и правильно найдены способы их решения при анализе конкретных производственных ситуаций в области кадрового менеджмента. Чётко сформулированы свои потенциальные возможности и составлен план их максимальной реализации в рамках своей профессиональной деятельности. Достиг поставленных результатов в соответствии с принятой программой.
УК-4.1 Способен осуществлять академическое и профессиональное взаимодействие, в том числе на иностранном языке и использовать современные информационно-коммуникативные средства для коммуникации.	Осуществляет академическое и профессиональное взаимодействие, в том числе на иностранном языке и использует современные информационно-коммуникативные средства для коммуникации.	Выстроена внутренняя логика деловой коммуникации. Слышит собеседника. В тексте не допущено языковых ошибок. Выполнены требования по оформлению документа. Содержание документа логически выстроено в соответствии с выбранной формой. Не испытывает затруднений в выборе языковых средств. Речь грамотная, свободная. Слышит собеседника адекватно реагирует на его аргументацию. Не допускает речевых ошибок. Владеет специфической лексикой, распространенной в деловой сфере. Использована специфическая лексика, применяемая в деловой сфере. Правильно собрана, обобщена и представлена информация о результатах профессиональной деятельности. Чётко определены современные способы представления результатов академической и профессиональной деятельности туристского работника, ясна их сравнительная характеристика: текстовые работы, устные выступления, презентации, видеофильмы. Знать факторы, влияющие на выбор стиля и форм общения с различными аудиториями участников совместной деятельности. Хорошо владеет иностранным языком в объеме, необходимом для возможности устной и письменной коммуникации и получения информации из иностранных источников. Правильное использование современных средств информационно-коммуникационных технологий.
УК-5.1 Способен осуществлять	Осуществляет социальную политику и социальное развитие организации с	Эффективно выявляет сущность взаимосвязи социальной политики и

Компонент компетенции	Промежуточный/ключевой индикатор оценивания	Критерий оценивания
социальную политику и социальное развитие организации с учетом межкультурного взаимодействия.	учетом межкультурного взаимодействия.	актуального состояния социальной сферы; основные тенденции и механизмы управления в социальной сфере. Четко формулирует основные принципы руководства коллективом в сфере своей профессиональной деятельности. Четко формулирует основные принципы толерантного руководства коллективом в условиях наличия социальных, этнических, конфессиональных и культурных различий в коллективе.

Типовые оценочные материалы промежуточной аттестации

Вопросы к зачету

Изложите теоретические основы по данной теме (дайте определения, перечислите и назовите) и обоснуйте (аргументируйте и продемонстрируйте) свое отношение к данной теме (на конкретном примере):

1. Понятие коммуникации. Задачи процесса формирования и функционирования коммуникации.
2. Основные компоненты общения как процесса.
3. Основные модели коммуникативной деятельности.
4. Основные виды общения.
5. Место и роль коммуникативного менеджмента в развитии коллектива и личности.
6. Обратная связь в общении
7. Коммуникатор, сообщение, аудитория как компоненты коммуникативной среды.
8. Коммуникативная структура организации
9. Формы и методы организационных коммуникаций
10. Виды общения на групповом и межличностном уровне в организации
11. Методы убеждения и внушения, механизмы заражения и имитации в общении.
12. Формальные и неформальные коммуникации, их роль в работе туристической организации.
13. Особенности коммуникационного менеджмента при подборе, приеме, адаптации персонала
14. Управление коммуникациями в кризисных и конфликтных ситуациях
15. Коммуникационный менеджмент и корпоративная культура
16. Понятие и виды коммуникативных барьеров
17. Пути преодоления коммуникативных барьеров в деловом общении
18. Национальный характер и его отражение в коммуникативном менеджменте
19. Мотивационный ресурс коммуникативного менеджмента.
20. Средства внутриорганизационной коммуникации. РК и управление персоналом.
21. Взаимодействие с целевыми аудиториями: инвесторы, деловые партнеры, потребителей и конкурентов.
22. Самоуправление в коммуникативном пространстве организации.
23. Особенности коммуникативного менеджмента при повышении квалификации,

бизнес-оценка сотрудников.

24. Структура коммуникаций в организации
25. Коммуникация как элемент управленческой деятельности
26. Роль коммуникационного менеджмента в формировании корпоративной культуры.
27. Виды информации, понятие ключевой и целевой аудитории.
28. Вербальные средства общения и коммуникативные функции языка.
29. Синтетические виды и средства связи.
30. Массовая коммуникация и ее особенности.
31. Реклама как форма массовой коммуникации. Основные функции рекламы.
32. Факторы, влияющие на восприятие людей в межличностном общении
33. Управление коммуникациями при разрешении конфликтов
34. Понятие сетей связи.
35. Управление коммуникациями в работе с клиентами туристического предприятия
36. Изображение предмета: понятие, элементы, подходы к созданию.

1. The concept of communication. Tasks of the process of formation and functioning communications.

2. The main components of communication as a process.

3. Basic models of communicative activity.

4. Basic types of communication.

5. Place and role of communication management in the development of the workforce and personality

6. Feedback in communication

7. Communicator, message, audience as components of the communication environment

8. Communicative structure of the organization

9. Forms and methods of organizational communications

10. Types of communication at the group and interpersonal level in the organization

11. Methods of persuasion and suggestion, mechanisms of infection and imitation in communication

12. Formal and informal communications, their role in the work of a tourism organization

13. Features of communication management in the selection, admission, adaptation of personnel

14. Communication management in crisis and conflict situations

15. Communication management and corporate culture

16. The concept and types of communication barriers

17. Ways to overcome communication barriers in business communication

18. National character and its reflection in communication management

19. Motivational resource of communication management

20. Means of intraorganizational communication. RK and personnel management.

21. Interaction with target audiences: investors, business partners, consumers and competitors.

22. Self-management in the communicative space of the organization.

23. Features of communication management in advanced training,

business evaluation of employees.

24. The structure of communications in the organization
25. Communication as an element of management activity
26. The role of communication management in the formation of corporate culture
27. Types of information, the concept of key and target audience.
28. Verbal means of communication and communicative functions of language.
29. Synthetic types and means of communication
30. Mass communication and its features.
31. Advertising as a form of mass communication. The main functions of advertising.
32. Factors affecting the perception of people in interpersonal communication
33. Communication management in conflict resolution
34. The concept of communication networks
35. Communication management in working with clients of a tourist enterprise
36. Image of the subject: concept, elements, approaches to creation

Шкала оценивания

Оценка результатов производится на основе Положения о текущем контроле успеваемости обучающихся и промежуточной аттестации обучающихся по образовательным программам среднего профессионального и высшего образования в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации», утвержденного Приказом Ректора РАНХиГС при Президенте РФ от 30.01.2018 г. № 02-66 (п.10 раздела 3 (первый абзац) и п.11), а также Решения Ученого совета Северо-западного института управления РАНХиГС при Президенте РФ от 19.06.2018, протокол № 11.

Опрос проводит преподаватель по всем темам дисциплины. Знания, умения, навыки студента при проведении опроса оцениваются «зачтено», «не зачтено». Основой для определения оценки служит уровень усвоения студентами материала, предусмотренного данной рабочей программой.

Оценка	Требования к знаниям
«Зачтено»	Дан полный, развёрнутый ответ на поставленный вопрос; показана совокупность осознанных знаний об объекте изучения, доказательно раскрыты основные положения (свободно оперирует понятиями, терминами, персоналиями и др.); в ответе прослеживается чёткая структура, выстроенная в логической последовательности; ответ изложен литературным грамотным языком; на возникшие вопросы преподавателя магистрант дает чёткие, конкретные ответы, показывая умение выделять существенные и несущественные моменты материала.
«Не зачтено»	Дан неполный ответ на поставленный вопрос, логика и последовательность изложения имеют существенные нарушения, допущены существенные ошибки в изложении теоретического материала и употреблении терминов, персоналий; в ответе отсутствуют доказательные выводы; речь неграмотная.

Зачет с оценкой

На «отлично» оценивается ответ, демонстрирующий глубокое знание всего программного материала по дисциплине, свободное владение понятийным аппаратом и терминологией дисциплины, знание основной и знакомство с дополнительной литературой.

На «хорошо» оценивается ответ, демонстрирующий знание ключевых проблем программы и основного содержания лекционного курса, умение пользоваться понятийным аппаратом, знание основных работ из списка рекомендованной литературы.

На «удовлетворительно» оценивается ответ, демонстрирующий лишь фрагментарные знания основных разделов программы и содержания лекционного курса, затруднения с использованием понятийного аппарата и терминологии дисциплины, частичное знакомство с рекомендованной литературой.

Оценка «неудовлетворительно» ставится при отсутствии либо отрывочном представлении учебно-программного материала, отсутствии знания основных работ из списка рекомендованной литературы.

6. Методические материалы по освоению дисциплины

Зачет с оценкой проводится в период сессии в соответствии с текущим графиком учебного процесса, утвержденным в соответствии с установленным в СЗИУ порядком. Продолжительность зачета с оценкой для каждого студента не может превышать четырех академических часов. Зачет с оценкой не может начинаться ранее 9.00 часов и заканчиваться позднее 21.00 часа. Зачет с оценкой проводится в аудитории, в которую запускаются одновременно не более 5 человек. Время на подготовку ответов по билету каждому обучающемуся отводится 45 минут. При явке на зачет с оценкой обучающийся должен иметь при себе зачетную книжку. Во время зачета с оценкой обучающиеся по решению преподавателя могут пользоваться учебной программой дисциплины и справочной литературой.

В случае проведения зачета, преподавателю предоставляется право задавать магистрантам дополнительные вопросы в рамках рабочей учебной программы дисциплины в объеме, не превышающем объема билета. При сдаче зачета, магистрант, испытывающий затруднения при подготовке к ответу по вопросу, имеет право получить у преподавателя второй вопрос с соответствующим продлением времени на подготовку. При этом окончательная оценка снижается на один балл. Выбор третьего вопроса не допускается.

Оценка за зачет проставляется в экзаменационной ведомости и зачетных книжках магистрантов, при этом оценки «незачет» в зачетную книжку магистрантов не проставляются.

Обучение по дисциплине Б1.В.ДВ.04.02 «Деловые коммуникации в туризме / Business communications in tourism» предполагает изучение курса на аудиторных занятиях (лекции и практические занятия) и самостоятельной работы студентов, включая подготовку к зачёту. Практические занятия дисциплины Б1.В.ДВ.04.02 «Деловые коммуникации в туризме / Business communications in tourism» предполагают их проведение в различных формах с целью выявления полученных знаний, умений, навыков и компетенций.

Подготовка к лекции

С целью обеспечения успешного обучения студент должен готовиться к лекции, поскольку она является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку:

- знакомит с новым учебным материалом;
- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;
- систематизирует учебный материал;

- ориентирует в учебном процессе.

Подготовка к лекции заключается в следующем:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
 - узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора);
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям;
постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей профессиональной подготовке;
запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции.

Подготовка к практическим занятиям:

- внимательно прочитайте материал лекций относящихся к данному семинарскому занятию, ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям;
- выпишите основные термины;
- ответьте на контрольные вопросы по семинарским занятиям, готовьтесь дать развернутый ответ на каждый из вопросов;
- уясните, какие учебные элементы остались для вас неясными и постарайтесь получить на них ответ заранее (до семинарского занятия) во время текущих консультаций преподавателя;
- готовиться можно индивидуально, парами или в составе малой группы, последние являются эффективными формами работы.

Подготовка к опросу представляет собой проектирование студентом обсуждения в группе в форме дискуссии. В этих целях студенту необходимо:

- самостоятельно выбрать тему (проблему) для проведения опроса;
- разработать вопросы, продумать проблемные ситуации (с использованием периодической, научной литературы, а также интернет-сайтов);
- разработать план-конспект обсуждения с указанием времени обсуждения, вопросов, вариантов ответов.

Выбранная студентом тема (проблема) должна быть актуальна на современном этапе развития, должен быть представлен подробный план-конспект, в котором отражены вопросы для дискуссии, временной регламент обсуждения, даны возможные варианты ответов, использованы примеры из науки и практики.

Методические указания по организации самостоятельной работы

Успешное освоение дисциплины предполагает активное, творческое участие обучающихся во всех формах учебных занятий, определенных для данной дисциплины.

Самостоятельная работа обучающихся предполагает изучение в соответствии с данными методическими рекомендациями учебной и научной литературы, нормативных документов, данных научных исследований, материалов интернет-источников, а также выполнение практических заданий, подготовку докладов и реферата, подготовку к тестированию и контрольной работе, к опросам на занятиях и к зачету. Рекомендации по научной литературе, информационным источникам и учебно-методическому обеспечению самостоятельной работы содержатся в разделах 6 и 7 данной РПД.

Задания для самостоятельной подготовки к занятиям лекционного и семинарского типов

Темы домашнего задания:

1. Основные формы делового общения: Деловая беседа, деловые переговоры, дискуссия, деловая встреча, публичное выступление, телефонные разговоры, деловая переписка и т.д.
2. Противоречивый характер мотивации делового общения (на примере туризма и гостиничный бизнес).
3. Определение этики делового общения. Этические аспекты общения в сфере туризма и гостеприимства.
4. Основным этическим принципом является максима деловой этики.
5. Сложные этические ситуации в сфере туризма и гостеприимства.
6. Рекомендации по деловой этике, если партнер принадлежит к другому стилю.
7. Зависимость индивидуального стиля делового общения от этического типа личности, моральных ценностей, экстраверсии и интроверсии, типа Майерс-Бриггс, жизненного опыта и типа общения, характерного для данного общества.
- восемь. Типичные манипуляции и защита от них (на примере туризма и гостиничного бизнеса)
9. Десять экуменических («универсальных») принципов делового поведения американского исследователя Л. Хосмера.
10. Принцип, основанный на категорическом императиве И. Канта.
11. Этика деловых отношений традиционного общества, в учении Конфуция, в западноевропейской культурной традиции.
12. Роль закона конгруэнтности американского психолога К. Роджера в деловых отношениях, идеи ассимиляции и контраста, а также инсайта в деловом общении (гештальт-психология).
13. Значение теории личности конструкторов Дж. Келли (когнитивное направление).
14. Тактика ведения переговоров реализуется с использованием следующих методов: а) ухода от борьбы; б) затягивание переговоров («салями»); в) упаковка; г) завышение требований; д) расстановка ложных акцентов; е) выдвижение требований в последнюю минуту.

1. The main forms of business communication: Business conversation, business negotiations, discussion, business meeting, public speaking, telephone conversations, business correspondence, etc.
2. The contradictory nature of the motivation of business communication (on the example of the tourism and hotel industry).
3. Definition of business communication ethics. Ethical aspects of communication in tourism and hospitality.
4. The main ethical principle is the maxim of business ethics.
5. Difficult ethical situations in the tourism industry and hospitality.
6. Recommendations on business ethics if the partner belongs to a different style.
7. The dependence of the individual style of business communication on the ethical type of personality, moral values, extraversion and introversion, the Myers-Briggs type, life experience, and the type of communication characteristic of this society.
- eight. Typical manipulations and protection against them (on the example of the tourism and hotel industry)

9. Ten ecumenical ("universal") principles of business conduct by the American researcher L. Hosmer.
10. The principle based on the categorical imperative of I. Kant.
11. Ethics of business relations of a traditional society, in the teachings of Confucius, in the Western European cultural tradition.
12. The role of the law of congruence of the American psychologist K. Roger in business relations, the ideas of assimilation and contrast, as well as insight in business communication (gestalt psychology).
13. The value of the theory of personality constructs J. Kelly (cognitive direction).
14. Tactics of negotiating is implemented using the following methods: a) avoiding the fight; b) delaying negotiations ("salami"); c) packaging; d) overstatement of requirements; e) placement of false accents; f) making demands at the last minute.
15. Formation and development of negotiating skills in the professional field.

Методические рекомендации по подготовке к опросу

Устный опрос является одним из основных способов проверки усвоения знаний обучающимися. Развернутый ответ студента должен представлять собой связное, логически последовательное сообщение на определенную тему, показывать его умение применять определения, правила в конкретных случаях. Основные критерии оценки устного ответа: правильность ответа по содержанию; полнота и глубина ответа; логика изложения материала (учитывается умение строить целостный, последовательный рассказ, грамотно пользоваться специальной терминологией); использование дополнительного материала.

Подготовка обучающихся к опросу предполагает изучение в соответствии тематикой дисциплины основной/ дополнительной литературы, нормативных документов, интернет-источников.

Методические рекомендации по подготовке реферата

Реферат – это самостоятельное, содержательное исследование по выбранной теме.

Подготовка реферата предусматривает:

- изучение литературы, справочных и научных источников (включая зарубежные) по теме исследования;
- самостоятельный анализ основных концепций по изучаемой проблеме;
- уточнение основных понятий и научных положений;
- резюмирование полученных выводов.

Структура реферата должна способствовать раскрытию избранной темы и ее составных элементов:

- во введении должно быть указано: актуальность выбранной темы, ее значимость, цели и задачи, объект и предмет исследования, методы достижения поставленных целей и задач, обзор библиографии по теме работы;
- основная часть работы должна содержать не менее двух глав, разбитых на параграфы.

Деление параграфов на подпараграфы нецелесообразно. Названия параграфов не должны повторять название темы реферата. В конце каждого параграфа и каждой главы делается небольшой вывод. Все части должны быть изложены в строгой логической последовательности и взаимосвязи.

Текст целесообразно иллюстрировать схемами, таблицами, диаграммами, графиками, рисунками и т. д.

В заключении должны быть сформулированы основные выводы, сделанные в результате исследования.

Список использованной литературы должен содержать не менее 10-20 названий, включая нормативно-правовые акты.

Текст реферата должен продемонстрировать знание студентом основной литературы по данной теме, умение выделить проблему и определить методы ее решения, умение последовательно изложить существо рассматриваемых вопросов, приемлемый уровень языковой грамотности, включая владение функциональным стилем научного изложения.

Объем реферата должен составлять 15-20 страниц печатного текста. В указанный объем не включаются приложения, которые сшиваются вместе с работой.

Работа имеет титульный лист, структурный план и соответствующее оформление. В работе используется сплошная нумерация страниц. Второй страницей является содержание работы. На титульном листе номер страницы не проставляется. Введение, каждая глава, заключение, а также список использованных источников начинаются с новой страницы.

Методические рекомендации по защите кейсов:

Кейсы – это проблемные ситуации, специально разработанные на основе фактического материала для оценки умений и навыков обучающихся.

Цель метода применения кейсов - научить обучающихся, анализировать проблемную ситуацию, возникшую при конкретном положении дел, и выработать наиболее рациональное решение; научить работать с информационными источниками, перерабатывать и анализировать их.

На знакомство и решение кейса обучающемуся отводится 30 мин. Обучающийся знакомится с материалом кейса. Осмысливает ситуацию. Если необходимо, собирает необходимую информацию по ситуации. Рассматривает альтернативы решения проблемы и находит ее верное или оптимальное решение. Обучающийся презентует (защищает) своё решение. Преподаватель оценивает качество выполнения задания по критериям: диагностики проблемы, качества предложений и рекомендаций по решению кейса, качества изложения материала.

7. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети

Интернет

7.1. Основная литература

1. Жернакова, М. Б. Деловые коммуникации : учебник и практикум для вузов / М. Б. Жернакова, И. А. Румянцева. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 370 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00331-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450047>
2. Коммуникации в туристском бизнесе : учебное пособие / составители Л. А. Васильева [и др.]. — Саратов : Ай Пи Эр Медиа, 2018. — 79 с. — ISBN 978-5-4486-0387-7. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/76814.html>
3. Коноваленко, М. Ю. Деловые коммуникации : учебник и практикум для вузов / М. Ю. Коноваленко. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. —

466 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11058-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450020>

4. 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>

Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы

1. Бакулев Г.П. Массовая коммуникация: западные теории и концепции. Учебное пособие / Г.П. Бакулев. М.: Аспект пресс, 2016.
2. Коноваленко М.Ю. Деловые коммуникации: учебник / М.Ю. Коноваленко, В.А. Коноваленко. М.: Юрайт, 2017.
3. Ляпина Т.В. Бизнес и коммуникации, или Школа современной рекламы / Т. Ляпина. М.: Альтерпресс, 2015.
4. Назаров М.М. Массовая коммуникация и общество / М.М. Назаров. М.: Аванти плюс, 2016.
5. Пост П. Деловой этикет. Персональные коммуникации для профессионального успеха / Пост Питер, Пост Пегги. М.: Эксмо, 2014.
6. Садохин А.П. Введение в теорию межкультурной коммуникации: учебное пособие / А.П. Садохин. Москва: КноРус, 2016.
7. Спивак В.А. Деловые коммуникации. Теория и практика: учебник / В.А. Спивак. М.: Издательство Юрайт, 2014.
8. Суглобов А. Е. Маркетинговые коммуникации в сфере услуг: специфика применения и инновационные подходы: моногр./ Христофоров А.В., Христофорова И.В; под ред. Суглобова. М.: ИЦ РИОР, НИЦ ИНФРА-М, 2015.
9. Шарков Ф.И. Выставочный коммуникационный менеджмент. Управление выставочными коммуникациями / Ф.И. Шарков. М.: Альфа-пресс, 2010.

7.2. Дополнительная литература

1. Брайан Гарнер Эффективные письменные деловые коммуникации [Электронный ресурс]/ Брайан Гарнер— Электрон. текстовые данные.— Москва: Манн, Иванов и Фербер, 2014. — 195 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/39478.html>
2. Деловые коммуникации [Электронный ресурс]: учебное пособие/ М.Г. Круталевич [и др.]. — Электрон. текстовые данные.— Оренбург: Оренбургский государственный университет, ЭБС АСВ, 2015.— 216 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/61357.html>
3. Короткий С.В. Деловые коммуникации [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Короткий С.В.— Электрон. текстовые данные.— Саратов: Вузовское образование, 2019.— 90 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/80614.html>
4. Кузнецова Е.В. Деловые коммуникации [Электронный ресурс]: учебно-методическое пособие/ Кузнецова Е.В.— Электрон. текстовые данные.— Саратов: Вузовское образование, 2017.— 180 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/61079.html>
5. Маслова Е.Л. Международный культурный обмен и деловые коммуникации [Электронный ресурс]: практикум/ Маслова Е.Л., Коленова В.А.— Электрон. текстовые

данные.— Москва: Дашков и К, 2018.— 128 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/85390.html>

6. Мошняга Е.В. Концептуальное пространство межкультурной коммуникации в туризме в условиях глобализации [Электронный ресурс]: монография/ Мошняга Е.В.— Электрон. текстовые данные.— Москва: Российская международная академия туризма, Советский спорт, 2010.— 220 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/30150.html>

7.3. Нормативные правовые документы и иная правовая информация

Не предусмотрено.

7.4. Интернет-ресурсы

СЗИУ располагает доступом через сайт научной библиотеки <http://nwapa.spb.ru/> к следующим подписным электронным ресурсам:

Русскоязычные ресурсы

- Электронные учебники электронно - библиотечной системы (ЭБС) «Айбукс»
- Электронные учебники электронно – библиотечной системы (ЭБС) «Лань»
- Научно-практические статьи по финансам и менеджменту Издательского дома «Библиотека Гребенникова»
- Статьи из периодических изданий по общественным и гуманитарным наукам «Ист - Вью»
- Энциклопедии, словари, справочники «Рубрикон»
- Полные тексты диссертаций и авторефератов Электронная Библиотека Диссертаций РГБ
- Информационно-правовые базы - Консультант плюс, Гарант.

Англоязычные ресурсы

- EBSCO Publishing – доступ к мультидисциплинарным полнотекстовым базам данных различных мировых издательств по бизнесу, экономике, финансам, бухгалтерскому учету, гуманитарным и естественным областям знаний, рефератам и полным текстам публикаций из научных и научно-популярных журналов.
- Emerald – крупнейшее мировое издательство, специализирующееся на электронных журналах и базах данных по экономике и менеджменту. Имеет статус основного источника профессиональной информации для преподавателей, исследователей и специалистов в области менеджмента.

Возможно использование, кроме вышеперечисленных ресурсов, и других электронных ресурсов сети Интернет.

7.5. Иные источники

1. <http://www.rata.ru/> - Российский союз туриндустрии,
2. <http://www.unwto.org/index.php> - Всемирная туристская организация UNWTO.
3. <http://www.russiatourism.ru/> - Сайт Федерального агентства по туризму Минкультуры России.
4. <http://www.inion.ru> - Институт научной информации по общественным наукам РАН.
5. <http://www.top-personal.ru> - Журнал "Управление персоналом".
6. <http://www.mevriz.ru> - Журнал “Менеджмент в России и за рубежом”.

8. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

№ п/п	Наименование
1.	Специализированные классы для проведения лекций и практических занятий
2.	Специализированная мебель и оргсредства: аудитории и компьютерные классы, оборудованные посадочными местами
3.	Технические средства обучения: Персональные компьютеры; компьютерные проекторы; звуковые динамики; программные средства, обеспечивающие просмотр видеофайлов в форматах AVI, MPEG-4, DivX, RMVB, WMV.

Программные, технические и электронные средства обучения и контроля знаний студентов:

Пакеты программного обеспечения общего назначения (текстовые редакторы, графические редакторы).

Курс включает использование программного обеспечения Microsoft Excel, Microsoft Word, Microsoft Power Point для подготовки текстового и табличного материала, графических иллюстраций.

Методы обучения предполагают использование информационных технологий (компьютерное тестирование, демонстрация мультимедийных материалов).

Задействованы Интернет-сервисы и электронные ресурсы (справочные системы, н-р, Консультант или Гарант, поисковые системы, электронная почта, профессиональные тематические чаты и форумы, системы аудио и видео конференций, онлайн энциклопедии, справочники, библиотеки, электронные учебные и учебно-методические материалы).

Допускается применение системы дистанционного обучения с использованием платформ TEAMS, Zoom, Skype for Business, СДО Moodle

Информационные справочные системы:

1. Правовая система «Гарант-Интернет» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http: // www.garweb.ru](http://www.garweb.ru).
2. Правовая система «КонсультантПлюс» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http: // www.consultant.ru/](http://www.consultant.ru/)