

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ
ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
"ДОНЕЦКАЯ АКАДЕМИЯ УПРАВЛЕНИЯ И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ
ПРИ ГЛАВЕ ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ"

Факультет Стратегического управления и международного бизнеса

Кафедра Менеджмента внешнеэкономической деятельности

АННОТАЦИЯ
К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
"Эффективные бизнес-коммуникации (на англ.яз.)"

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель: формирование у обучающихся знания современных методов и приемов приобретения, развития и совершенствования навыков и технологий эффективных коммуникаций, менеджмента бизнес - коммуникаций, организации делового взаимодействия, этики и культуры делового общения, системы маркетинговых коммуникаций.

2. УЧЕБНЫЕ ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

Задачи дисциплины:

- освоение основных моделей и базовой терминологии коммуникации;
- практическое применение теоретических основ в прикладных областях речевой, невербальной, компьютерной, межкультурной и межличностной коммуникации;
- изучение особенностей процессов коммуникации в деловой сфере;
- понимание современного состояния и тенденций развития теории и практики коммуникации как элемента коммуникативной культуры общества в целом и бизнеса в частности.

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Цикл (раздел) ОПОП ВО: Б1.В.05

1.3.1. Дисциплина "Эффективные бизнес-коммуникации (на англ.яз.)" опирается на следующие

Менеджмент организации

Международный менеджмент и маркетинг

Риск-менеджмент (на англ. яз.)

1.3.2. Дисциплина "Эффективные бизнес-коммуникации (на англ.яз.)" выступает опорой для следующих

Международный туристический менеджмент

Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы

Стратегическое планирование и бизнес-план

4. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

ПК-18, ПК-19

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

3.1|Знать:

теория межличностной и групповой коммуникации в деловом взаимодействии

инструменты маркетинговых коммуникаций

3.2|Уметь:

планировать, организовывать и проводить встречи и обсуждения с заинтересованными сторонами

проводить внутренние и внешние коммуникационные кампании

3.3|Владеть:

навыками деловых коммуникаций

навыками разработки и проведения коммуникационных кампаний в организации

5. ФОРМЫ КОНТРОЛЯ И ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоемкость: 216 / 6

Форма промежуточной аттестации: Экзамен

6. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование разделов и тем / вид занятия/

Section 1 Methodological basis of communications

Topic 1.1. Modern approaches to the description of the communication process /Лек/

Topic 1.1. Modern approaches to the description of the communication process /Сем зан/

| |
|---|
| Topic 1.1. Modern approaches to the description of the communication process /Ср/ |
| Topic 1.2. The communicative process and the effectiveness of the business environment /Лек/ |
| Topic 1.2. The communicative process and the effectiveness of the business environment /Сем зан/ |
| Topic 1.2. The communicative process and the effectiveness of the business environment /Ср/ |
| Topic 1.3. Management of business communications basic concepts, types and principles of organization /Лек/ |
| Topic 1.3. Management of business communications basic concepts, types and principles of organization /Сем зан/ |
| Topic 1.3. Management of business communications basic concepts, types and principles of organization /Ср/ |
| Section 2. Communication and organizations in context |
| Topic 2.1. Organizational culture and communication /Лек/ |
| Topic 2.1. Organizational culture and communication /Сем зан/ |
| Topic 2.1. Organizational culture and communication /Ср/ |
| Topic 2.2. Marketing Communications and Market Research /Лек/ |
| Topic 2.2. Marketing Communications and Market Research /Сем зан/ |
| Topic 2.2. Marketing Communications and Market Research /Ср/ |
| Topic 2.3. Management of communication projects. Information links /Лек/ |
| Topic 2.3. Management of communication projects. Information links /Сем зан/ |
| Topic 2.3. Management of communication projects. Information links /Ср/ |
| Section 3 Management of communications |
| Topic 3.1. Intrapersonal and Interpersonal Business Communication /Лек/ |
| Topic 3.1. Intrapersonal and Interpersonal Business Communication /Сем зан/ |
| Topic 3.1. Intrapersonal and Interpersonal Business Communication /Ср/ |
| Topic 3.2. Group Communication, Teamwork, and Leadership /Лек/ |
| Topic 3.2. Group Communication, Teamwork, and Leadership /Сем зан/ |
| Topic 3.2. Group Communication, Teamwork, and Leadership /Ср/ |
| Topic 3.3. Negative News and Crisis Communication /Лек/ |
| Topic 3.3. Negative News and Crisis Communication /Сем зан/ |
| Topic 3.3. Negative News and Crisis Communication /Ср/ |
| Section 4 Communication tools |
| Topic 4.1. Business communication. Writing, telephone communication special features /Лек/ |
| Topic 4.1. Business communication. Writing, telephone communication special features /Сем зан/ |
| Topic 4.1. Business communication. Writing, telephone communication special features /Ср/ |
| Topic 4.2. Presentation Skills /Лек/ |
| Topic 4.2. Presentation Skills /Сем зан/ |
| Topic 4.2. Presentation Skills /Ср/ |
| Topic 4.3. Understanding Semantic Noise /Лек/ |
| Topic 4.3. Understanding Semantic Noise /Сем зан/ |
| Topic 4.3. Understanding Semantic Noise /Ср/ |
| Section 5 Intercultural and international business communication |
| Topic 5.1. Intercultural business communication /Лек/ |
| Topic 5.1. Intercultural business communication /Сем зан/ |
| Topic 5.1. Intercultural business communication /Ср/ |
| Topic 5.2. International Communication and the Global Marketplace /Лек/ |
| Topic 5.2. International Communication and the Global Marketplace /Сем зан/ |
| Topic 5.2. International Communication and the Global Marketplace /Ср/ |

Составитель: канд. экон. наук, доцент Гончарова М.В.