

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

**Методические указания
по выполнению практических работ
по дисциплине**

«ДЕЛОВЫЕ И DIGITAL-КОММУНИКАЦИИ В БИЗНЕС-СРЕДЕ»

для студентов направления подготовки
Направление подготовки 44.03.02 «Психолого-педагогическое образо-
вание»
Направленность (профиль) «Практическая психология в дошкольном
образовании и консультативной работе с семьей»
Квалификация выпускника бакалавр

Ставрополь, 2026 г.

ОГЛАВЛЕНИЕ

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ
2. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ К ПРОВЕДЕНИЮ ПРАКТИЧЕСКИХ (СЕМИНАРСКИХ) ЗАНЯТИЙ
3. ПЛАНЫ ПРАКТИЧЕСКИХ (СЕМИНАРСКИХ) ЗАНЯТИЙ
4. ЛИТЕРАТУРА И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины «Деловые и digital-коммуникации в бизнес-среде» является формирование компетенций будущего бакалавра по направлению подготовки 44.03.02 Психолого-педагогическое образование. Основная цель курса заключается в развитии коммуникативной компетентности, способствующей установлению эффективных деловых связей в профессиональной деятельности; формировании знаний и умений, связанных с управлением деловыми и цифровыми коммуникациями в бизнес-среде, освоением и применением различных коммуникационных технологий с учетом сфер деятельности организации.

Задачами освоения дисциплины являются:

- изучение теоретических основ, структуры и содержания процесса деловой коммуникации;
- обучение эффективным технологиям в области деловых и цифровых коммуникаций для реализации их в процессе профессиональной деятельности;
- развитие навыков устной и письменной деловой коммуникации (написание деловых писем, проведение совещаний, презентаций, ведение деловой беседы, деловых переговоров и т.д.);
- формирование самостоятельного эффективного коммуникативного стиля.

2. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ К ПРОВЕДЕНИЮ ПРАКТИЧЕСКИХ (СЕМИНАРСКИХ) ЗАНЯТИЙ

Практическое (семинарское) занятие является одной из форм проведения групповых занятий со студентами, имеющей своими целями более глубокое усвоение обучаемыми лекционного материала, развитие у них умения целенаправленной работы с научной, учебной литературой для самостоятельного добывания новых знаний, приобретение навыков публичных выступлений, ведения дискуссий и т.д.

Практические (семинарские) занятия предполагают использование различных форм работы: обсуждение теоретических вопросов, решение задач, обсуждение докладов, анализ информации. Практические (семинарские) занятия проводятся с целью углубления и закрепления теоретических знаний, привития навыков анализа обстоятельств дела в конкретно заданной ситуации, что весьма важно для будущей практической деятельности. Они, являясь самостоятельной формой обучения студентов, углубляют знания, полученные на лекциях, способствуют самостоятельной работе с нормативным материалом, опубликованной практикой и литературой.

Занятия проводятся в форме опроса студентов по теоретическим вопросам, обозначенным в планах, а также обсуждения вариантов решения практических заданий (ситуаций), которые были предложены в качестве подготовки к занятию. Готовясь к занятиям, студенты должны изучить:

- материалы лекции по предполагаемой теме, а также план практического (семинарского) занятия;
- соответствующие теме занятия положения нормативно-правовых актов;
- основные положения теории;
- рекомендованную в планах практических занятий базовую, а также дополнительную литературу и методические разработки для студентов, подготовленные кафедрой.

При подготовке к практическому (семинарскому) занятию студент обязан, изучив действующее законодательство и рекомендованную литературу, письменно изложить в специальной тетради решение задач, заданных преподавателем. Их изложение не должно сводиться лишь к краткому ответу на вопрос. Необходимым признается такое обоснование вывода, которое в принципе является доказательным.

Практические (семинарские) занятия строятся по следующей схеме:

- вначале преподаватель объявляет тему и задачи Практического (семинарского) занятия;
- производит опрос студентов по теоретическим вопросам, обозначенным в плане занятия, а также проверяет наличие у студентов письменных решений задач. Данные решения обсуждаются в форме дискуссии непосредственно на занятии;
- по окончании занятия подводятся итоги дискуссии и общие итоги.

Применительно к отдельным темам занятия, с учетом специфики обсужда-

емой темы, указанная схема может корректироваться. Однако основе занятия, в любом случае, лежит решение практических ситуаций. Их количество определяется преподавателем с учетом всех особенностей изучаемой темы и масштабности ее проблемных вопросов.

Отвечающий на семинаре студент обязан кратко изложить содержание практической ситуации.

Лучше всего целенаправленно готовиться к выступлению по определенному вопросу, изучая другие вопросы с целью лучше разобраться в предмете выступления. Темы выступлений (докладов) можно согласовать с преподавателем заранее. Докладчики могут разграничить между собой материал, вопросы, согласовать последовательность выступлений. Чтобы во время выступления чувствовать себя увереннее, следует подготовить опорный конспект в виде развернутого плана, в который можно включить также представляемые в выступлении схемы, определения, формулы, графики и др. На семинаре можно сделать не обязательно большое, развернутое выступление, полностью раскрывающее какой-либо вопрос, но и небольшое дополнение, уточнение, задавать вопросы в процессе обсуждения.

Если не удалось выступить на семинаре, следует подготовить письменную работу по согласованию с преподавателем. Это может быть:

- словарь терминов,
- графики с комментариями,
- формулы с комментариями и примерами,
- структурно-логические схемы,
- развернутые планы ответов на вопросы темы,
- аннотации статей по теме семинара (краткое, не более 1 стр., самостоятельное изложение содержания статьи) и др.

Конспекты лекций, опорные конспекты к выступлениям и другие записи по изучаемому предмету целесообразно группировать по темам и накапливать для подготовки к зачету (экзамену) в специальной папке.

Планирование практических (семинарских) занятий осуществляется с учётом установленного количества часов. Основные этапы планирования и подготовки занятий:

- Разработка системы занятий по теме или разделу.
- Определение задач и целей занятия.
- Определение оптимального объема учебного материала, расчленение на ряд законченных в смысловом отношении блоков, частей.
- Разработка структуры занятия, определение его типа и методов обучения. Нахождение связей данного материала с другими дисциплинами и использование этих связей при изучении нового материала.
- Определение объема и форм самостоятельной работы на занятии. Определение форм и методов контроля знаний студентов. Определение формы подведения итогов.
- Определение самостоятельной работы по данной теме.

При проведении практических (семинарских) занятий преподаватель уделя-

ет внимание формулировкам выводов, способности студентов сравнивать, анализировать, находить несоответствия, оценивает уровень знаний студентов.

При подведении итогов преподаватель знакомит студентов с результатами выполнения заданий, оценивает качество выполненной работы каждым студентом.

Студенты, не подготовившиеся к семинарскому занятию, равно как и не имеющие письменных решений каких-либо практических ситуаций, заданных преподавателем, должны в отдельном порядке отчитаться за занятие.

После развернутого обсуждения всех наиболее важных вопросов занятия, а также вопросов, касающихся казусов и вариантов его решения, преподаватель подводит итоги дискуссии.

3. ПЛАНЫ ПРАКТИЧЕСКИХ (СЕМИНАРСКИХ) ЗАНЯТИЙ

Тема 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ДЕЛОВОЙ КОММУНИКАЦИИ

Цель: формирование знаний о сущности деловых коммуникаций и их роли в бизнес-среде.

Вопросы для обсуждения:

1. Сущность и характеристики деловой коммуникации.
2. Коммуникационный процесс: понятие, элементы и этапы.
3. Средства деловой коммуникации

Теоретическая часть

Общение – это сложный процесс установления и развития контактов между людьми. Главным в общении является не заучивание правил, а владение культурой взаимоотношений и культурой речи для того, чтобы кратко и точно, выразительно и доходчиво передать собеседнику свою мысль. В нем раскрываются такие ценности, как чуткость, отзывчивость, доброта, сопереживание и понимание. Все эти ценности неразрывно связаны с культурой поведения, т.е. с такими поступками и формами общения людей, которые основаны на нравственности, эстетическом вкусе, а также соблюдении определенных норм и правил.

Коммуникативная сторона общения проявляется во взаимном обмене информацией между собеседниками, передаче и приеме знаний, мнений и чувств. Обратите внимание, что информация в общении не просто передается от одного партнера к другому (лицо, передающее информацию, называется коммуникатором, а получающее эту информацию – реципиентом), а именно обменивается. Обмен информацией между участниками общения осуществляется как на вербальном (речевом), так и невербальном (неречевом) уровне.

На вербальном уровне в качестве средства передачи информации используется человеческая речь. Нередко можно слышать мнение, что речь скрывает истинное лицо человека, но вместе с тем, речь может демонстрировать его, вопреки воле говорящего.

Во многих ситуациях общения человек сталкивается с тем, что его слова и побуждения неправильно воспринимаются собеседником, «не доходят» до него, т.е. на пути передачи информации возникают какие-то затруднения и препятствия. В этом случае говорят о коммуникативных барьерах, которые подразделяются на барьеры непонимания, барьеры социально-культурного различия и барьеры отношения.

Невербальные средства общения дополняют речевое общение. Психологами установлено, что от 60 до 80 % информации человек получает за счет невербальных (неречевых) средств общения.

Часто приходится слышать о том, что нельзя делать вывод о человеке по первому впечатлению. Однако по подсчетам психологов люди в 85 случаях из 100

свое отношение к другому человеку строят на основе внешнего впечатления. Особенности внешнего вида человека информируют нас о возрасте, социальной, национальной и профессиональной принадлежности. Вот почему в общении важны и сказанные слова, и внешний вид.

И всегда надо помнить, что внешняя красота может только привлечь внимание окружающих, а для того, чтобы удержать его, необходима духовная красота. Внешне красивый, но грубый, злой, некультурный человек с вульгарным лексиконом¹ и поведением производит неприятное впечатление.

Контрольные вопросы

1. Дайте определение понятия «общение».
2. Каковы отличия «общения» от «коммуникации»?
4. Каковы основные функции общения?
5. Какова роль общения в сфере бизнеса?
6. Охарактеризуйте инструментальную и личностную направленность общения.
7. Назовите основные типы и виды общения.
8. Чем отличаются друг от друга различные уровни общения?
9. В чем заключаются особенности делового общения?
10. Назовите общие этапы делового общения.
11. Что представляет собой социальное общение?
12. Охарактеризуйте коммуникативный аспект общения.
13. Рассмотрите интерактивный аспект общения.
14. Опишите перцептивный аспект общения.
15. Охарактеризуйте особенности невербального общения.
16. Какова роль имиджа в общении?
17. Как проявляются индивидуальные особенности личности в деловом общении?
18. В чем заключается эффективность общения?
19. Назовите основные особенности перцептивной стороны коммуникационного процесса
20. Назовите основные особенности интерактивной стороны коммуникационного процесса

Тема 2. УСТНЫЕ И ПИСЬМЕННЫЕ ДЕЛОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ

Цель: формирование знаний о различных видах устных и письменных коммуникаций в деловой среде

Вопросы для обсуждения:

1. Деловая беседа.
2. Деловое совещание.
3. Искусство ведения деловых переговоров.
4. Публичное выступление в системе бизнес-коммуникаций.

5. Специфика письменных деловых коммуникаций.

Теоретическая часть

Телефон является удобным и оперативным средством связи, без которого невозможно представить современную жизнь. По телефону обмениваются личной и служебной информацией, договариваются о встречах, устанавливают и развивают деловые контакты.

Телефонный разговор обеспечивает двусторонний обмен информацией независимо от расстояния. В короткий срок телефон соединит вас с коллегой из соседнего отдела, с абонентом по ту сторону океана. Но, как показывает практика, к разговору по телефону, особенно деловому, надо готовиться.

В деловых отношениях очень многое зависит от личных встреч, бесед, совещаний. Преимущество беседы неоспоримо, так как деловые связи, начатые в письме или по телефону, развиваются в личных контактах. Во время личных встреч партнеры используют все богатство человеческого общения: речь, жесты, мимику, движения и личностное воздействие.

Деловая беседа требует тщательной подготовки и базируется на этических нормах и правилах.

Ведущим элементом в подготовке деловой беседы является планирование, т.е. определение цели встречи и разработка стратегии и тактики достижения цели. Специалисты рекомендуют продумать возможный ход предстоящей беседы, в роли будущего оппонента проверить действенность своих аргументов, логическую связь формулировок и спрогнозировать реакцию собеседника (собеседником может быть подчиненный, деловой партнер или коллега).

Большое значение имеет правильный выбор места для проведения беседы, при этом необходимо помнить, что в помещении не должны находиться посторонние лица, а интерьер помещения должен способствовать улучшению эмоционального состояния и снятию утомления и напряженности партнеров.

О беседе договариваются, как правило, за два-три дня. Это позволяет заранее предусмотреть возможное ее течение, продумать основные детали. Если приглашенный на беседу не является сотрудником вашей организации, то необходимо объяснить ему, как лучше доехать до места встречи и, если нужно, заранее выписать пропуск. Секретарь должен быть предупрежден о встрече, знать имя приглашенного и первым приветствовать его.

Деловая беседа состоит из нескольких этапов:

- начало;
- передача информации (изложение своей позиции) и аргументирование;
- выслушивание доводов собеседника и реакция на них;
- принятие решений.

Деятельность делового человека невозможно представить без работы с документами. Подсчитано, что на составление служебных документов и работу с ними у некоторых категорий работников аппарата управления тратится от 30 до 70 % рабочего времени.

Служебная переписка является важной частью делового этикета, «общением в миниатюре». Она способствует установлению прочных связей с потребителем, улучшению взаимосвязи различных служб, а также увеличению оборота предприятия, фирмы.

Правильно составленные деловые письма строятся по одной схеме. Начальные строки привлекают внимание, следующие за ними одно или два предложения пробуждают интерес читателя, затем в двух абзацах высказывается просьба, а последняя часть заставляет читателя действовать.

Наиболее часто в деловой сфере используются следующие виды деловых писем.

- Резюме и письмо с просьбой о приеме на работу.
- Письмо-заявление об уходе.
- Рекомендательное письмо.
- Письмо-отказ.
- Письмо-запрос о ходе исполнения дела (договоренности, сделки и т.п.).
- Письмо-напоминание.
- Письмо-уведомление.
- Письмо-благодарность.

Деловое письмо должно всегда подписываться от руки. Вопрос об отправке письма по факсу или в конверте почтой решается в зависимости от обстоятельств и желания деловых партнеров. На все письма следует обязательно давать ответ, даже если он отрицательный или вызывает затруднения, при этом нужно выдерживать сроки ответа.

Кроме деловой корреспонденции, курсирующей между организациями, существует и внутриорганизационная переписка.

Содержание внутренней переписки может быть различным, но оно должно отвечать некоторым общим правилам:

- письмо должно быть лаконичным;
- обязательно должна проставляться дата;
- письмо не должно содержать клеветнических измышлений;
- должна быть разборчивая подпись.

Важное значение в бизнес-среде также имеет правильно выстроенное публичное выступление. В публичной речи важно все: содержание, интонация, манера изложения, мимика и жесты. Чтобы преодолеть тревожные ощущения, перед выступлением надо подготовиться

Контрольные вопросы

1. Охарактеризуйте особенности делового общения по телефону?
2. Каковы этапы деловой беседы?
3. Что такое «этикет»?
4. Рассмотрите историю возникновения этикета.
5. Как связаны этикет и имидж специалиста в бизнес-среде?
6. Каковы правила этикета в различных сферах жизнедеятельности?
7. Выделите особенности этикета деловой переписки.

8. Назовите особенности проведения делового совещания.
9. Какова специфика проведения деловых переговоров?
10. Особенности подготовки к публичному выступлению.
11. Условия, обеспечивающие контакт с аудиторией.
12. Назовите виды деловых писем, которые чаще всего используются в деловой сфере
13. Каковы основные требования к деловой переписке?
14. Назовите основные принципы современного этикета
15. Что представляет деловая беседа как форма деловой коммуникации?
16. Общие правила внутренней деловой переписки

Тема 3. ЦИФРОВОЙ ЭТИКЕТ В БИЗНЕС-СРЕДЕ

Цель: формирование знаний об особенностях цифровых коммуникаций с точки зрения профессиональной деятельности

Вопросы для обсуждения:

1. Digital-каналы коммуникации.
2. Понятие и правила цифрового этикета.

Теоретическая часть

С начала XXI века развитие Интернета и социальных сетей во всем мировом пространстве пошло очень интенсивно, разговорная и профессиональная лексика обогатилась в России словами иностранного происхождения, которые люди, даже далекие от медийных и цифровых профессий, стали включать в свою речь и упоминать почти ежедневно: «контент», «охват», «лайки», «просмотры», «каналы», «репост», «постинг. Такое речевое поведение в первую очередь отражает особенности современной медийной коммуникации. Медийная коммуникация сегодня вызывает интерес у широкой аудитории, медиа превращаются в неотъемлемую часть повседневной деятельности человека, переходят в маркер, по которому определяется степень профессионализма личности. При этом, конечно, медиа не перестают развлекать. Очевидно одно: их влияние носит, безусловно, глобальный характер.

Digital-коммуникации – это использование всех возможных интернет-каналов для продвижения товаров и услуг. Какой именно канал выбрать, зависит от целевой аудитории и продукта, который необходимо продвигать.

Основные инструменты digital-коммуникации (цифровая коммуникация):

- Сайт или лендинг
- Контент-маркетинг: блог, спецпроекты
- SMM
- SEO
- Таргетированная реклама
- Контекстная реклама

- Медийная реклама
- Нативная реклама: спецпроекты в СМИ, у блогеров
- E-mail-маркетинг
- Подкасты

Зачем нужны цифровые коммуникации? Если коротко, они позволяют напрямую обращаться к целевой аудитории. Используя цифровую коммуникацию, компания оказывается прямо в тех устройствах, с которыми не расстаются ее потенциальные и действующие клиенты. Причем контакт с клиентом сохраняется на всех этапах – от первого знакомства с брендом до решения о покупке.

Но все же главное преимущество – в процессе цифрового общения с целевой аудиторией бренд получает объективные подробные данные о своих клиентах: демографические (пол, возраст, географическое положение), особенности поведения (хобби, вкусы, увлечения) и т.п. Такую информацию гораздо сложнее получить с помощью офлайн-инструментов. Анализ этих данных дает возможность более точно выстраивать рекламную кампанию, при необходимости меняя тактику или канал общения.

Цифровой этикет – это условная система знаков, с помощью которых происходит идентификация личности, можно судить о ее принадлежности к тому или иному сообществу.

По понятным причинам люди в цифровой среде сталкиваются с цифровым неравенством (или цифровым разрывом). Явление связано с изменяющимися цифровыми технологиями и разным опытом каждого человека.

Принципы цифрового этикета

- демонстрация позитивного отношения
- субординация
- симметрия
- соблюдение личных границ
- удобство и экономия ресурсов
- традиция
- конвенциональность
- безопасность
- изменяемость

Контрольные вопросы

1. Цифровые средства коммуникации.
2. Интернет как вид электронной коммуникации.
3. Цифровая коммуникация бизнеса.
4. Межличностная интернет-коммуникация.
5. Digital-каналы коммуникации.
6. Преимущества и недостатки цифровых каналов коммуникации.
7. Дайте определение цифрового этикета
8. Каковы правила цифрового этикета?
9. Что представляют собой Digital-коммуникации?
10. Назовите основные инструменты digital-коммуникации

11. С точки зрения субъектов, между которыми происходит коммуникация (обмен информацией), какие виды интернет-коммуникаций вы знаете?
12. Назовите функции цифровых коммуникаций
13. Каковы средства построения цифровой коммуникации?
14. Раскройте понятие нетикета
15. Интернет как канал массовой коммуникации
16. Назовите этические проблемы цифровой коммуникации
17. Назовите правила нетикета
18. Социальная сеть как средство digital-коммуникаций
19. Электронная почта как вид интернет-технологии
20. Назовите положительные особенности интернет-коммуникации
21. Назовите отрицательные особенности интернет-коммуникации
22. Охарактеризуйте понятие межличностной интернет-коммуникации
23. Каковы преимущества и недостатки цифровых каналов коммуникации?
24. Что означает принцип симметрии в цифровом этикете?

Тема 4. УПРАВЛЕНИЕ КОММУНИКАЦИЯМИ В БИЗНЕС-СРЕДЕ

Цель: формирование знаний о значении этики деловых отношений для успешного профессионала в бизнес-сфере.

Вопросы для обсуждения:

1. Сущность и специфика этики деловых отношений.
2. Управление конфликтами.
3. Манипуляции в деловом общении, их характеристика.
4. Принципы позитивной критики

Теоретическая часть

Этика – это одна из древнейших отраслей философии, наука о морали (нравственности). Термин «этика» происходит от греческого слова «ethos» («этос») – обычай, нрав.

Мораль (от лат. *moralis* ~ нравственный) – это система этических ценностей, которые признаются человеком. Она регулирует поведение человека во всех сферах общественной жизни – в труде, в быту, в личных, семейных и международных отношениях.

Этика делового общения - совокупность нравственных норм и правил, регулирующих поведение и отношения людей в профессиональной деятельности.

Нормы и правила поведения, действующие в обществе, предписывают человеку служить обществу, согласовывать личные и общественные интересы. Моральные нормы опираются на традиции и обычаи, а мораль учит нас делать каждое дело так, чтобы от этого не было плохо людям, которые находятся рядом.

Одним из основных элементов культуры делового общения является нравственное поведение людей. Оно опирается на общечеловеческие моральные

принципы и нормы – уважение человеческого достоинства, честь, благородство, совесть, чувство долга и другие.

Профессиональными моральными нормами были и остаются вежливость, предупредительность, тактичность, трудолюбие.

Деловой этикет – это свод правил поведения в деловых, служебных отношениях. Он является важнейшей стороной морали профессионального поведения делового человека.

Хотя этикет и предполагает установление лишь внешних форм поведения, но без внутренней культуры, без соблюдения этических норм не могут сложиться настоящие деловые отношения. Джен Ягер в своей книге «Деловой этикет» отмечает, что каждая проблема, связанная с этикетом, начиная от хвастовства и кончая обменом подарками, должна решаться в свете этических норм. Деловой этикет предписывает соблюдение правил культурного поведения, уважительного отношения к человеку.

Этикет выражается в самых разных сторонах нашего поведения. Например, этикетное значение могут иметь разнообразные движения человека, позы, которые он принимает. Сравните вежливое положение лицом к собеседнику и невежливое – спиной к нему. Такой этикет называется невербальный (т.е. бессловесный). Однако самую важную роль в этикетном выражении отношений к людям играет речь – это словесный этикет.

Конфликт (от лат. *conflictus* – столкновение) – это столкновение противоположно направленных целей, интересов, позиций, мнений, точек зрения, взглядов партнеров по общению.

В психологии выделяются следующие типы конфликта.

Внутриличностный конфликт возникает из-за состояния неудовлетворенности человека какими-либо обстоятельствами его жизни, связанного с наличием у него противоречащих друг другу интересов, стремлений и потребностей.

Межличностный конфликт является самым распространенным типом конфликта; он возникает между людьми из-за несовместимости их взглядов, интересов, целей, потребностей.

Межгрупповой конфликт происходит вследствие столкновения интересов различных групп.

Конфликт между группой и личностью проявляется как противоречие между ожиданиями отдельной личности и сложившимися в группе нормами поведения и общения.

Возникновение конфликта возможно по разным причинам и обстоятельствам, например, он может являться результатом недостаточного понимания в процессе общения, неверных предположений по отношению к действиям собеседника, различий в планах и оценках. Причинами конфликта могут быть: индивидуально-личностные особенности партнера по общению; неумение (нежелание) контролировать свое эмоциональное состояние; бестактность и отсутствие желания трудиться, а также потеря интереса к работе.

Главную роль в возникновении конфликтов играют конфликтогены – слова, действия (или бездействия), способствующие возникновению и развитию

конфликта. Однако сам по себе «конфликтоген-одиночка» не способен привести к конфликту. Для этого должна возникнуть цепочка конфликтогенов – их эскалация, т. е. когда на конфликтоген в наш адрес мы стараемся ответить более сильным конфликтогеном, часто выбирая самый сильный из всех возможных.

Контрольные вопросы

1. Правила эффективного слушания.
2. Какие механизмы способствуют внедрению в практику этических норм?
3. Что представляет собой этический кодекс?
4. Критика в деловом общении. Правила позитивной критики.
5. Техника нейтрализации замечаний.
6. Правила комплимента в деловом общении. Культура спора.
7. Какова роль общения при взаимодействии в трудовом коллективе?
8. Каковы закономерности поведения, обусловленные численностью группы, коллектива, межличностными коммуникациями, стилем руководства, отношениями членов коллектива?
9. Каковы бывают стили взаимодействия руководителя с подчиненными?
10. Охарактеризуйте факторы успешного общения.
11. Чем отличаются мужской и женский стили общения?
12. Какие существуют манипуляции в общении?
13. Что такое «коммуникативный барьер в общении»?
14. Перечислите основные виды барьеров в общении?
15. Каковы факторы, влияющие на возникновение барьеров в общении?
16. Каковы меры профилактики возникновения барьеров в общении?
17. Что представляют собой коммуникативные барьеры отношения?
18. Охарактеризуйте предмет профессиональной этики
19. Раскройте сущность принципов бизнес-этикета

4. ЛИТЕРАТУРА И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

Основная литература:

1. Бабаева, А. В. Деловое общение и деловой этикет / А. В. Бабаева, Р.И.Мамина ; под редакцией Р. И. Маминой. –2-е изд. –Санкт-Петербург: Петрополис, 2019. – 192 с. – ISBN 978-5-9676-0555-0. –Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPRBOOKS: [сайт].–URL: <http://www.iprbookshop.ru/84671.html>, экземпляров неограниченно

2. Виговская М.Е. Психология делового общения: учебное пособие для бакалавров / Виговская М.Е., Лисевич А.В.. – Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2021. – 139 с. – ISBN 978-5-394-04357-4. – Текст: электронный // IPR SMART: [сайт]. – URL: <https://www.iprbookshop.ru/102278.html> , экземпляров неограниченно

Дополнительная литература:

1. Косова Ю.А. Деловые коммуникации: технологии общения: сборник практических заданий / Косова Ю.А., Сергеева Н.В.. – Москва: Российский государственный университет правосудия, 2021. – 127 с. – ISBN 978-5-93916-893-9. – Текст: электронный // IPR SMART: [сайт]. – URL: <https://www.iprbookshop.ru/117239.html>, экземпляров неограниченно

2. Короткий, С. В. Деловые коммуникации Электронный ресурс: Учебное пособие / С. В. Короткий. – Саратов: Вузовское образование, 2019. – 90 с. – Книга находится в премиум-версии ЭБС IPR BOOKS. – ISBN 978-5-4487-0472-7, экземпляров неограниченно

3. Макаров Б.В. Психология делового общения: учебное пособие / Макаров Б.В., Непогода А.В.. – Саратов: Вузовское образование, 2019. – 209 с. – ISBN 978-5-4487-0339-3. – Текст: электронный // IPR SMART: [сайт]. – URL: <https://www.iprbookshop.ru/79820.html> , экземпляров неограниченно

Интернет-ресурсы:

1. Мир психологии – Режим доступа: <http://psychology.net.ru/>
2. Психология общения – Режим доступа: <https://psychologyofcommunication.jimdofree.com/>

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

**Методические указания
по выполнению самостоятельных работ
по дисциплине**

«ДЕЛОВЫЕ И DIGITAL-KOMМУНИКАЦИИ В БИЗНЕС-СРЕДЕ»

для студентов направления подготовки
Направление подготовки 44.03.02 «Психолого-педагогическое образо-
вание»
Направленность (профиль) «Практическая психология в дошкольном
образовании и консультативной работе с семьей»
Квалификация выпускника бакалавр

Ставрополь, 2026 г.

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ

1. ОБЩИЕ ТРЕБОВАНИЯ

2. ВАРИАНТЫ САМОСТОЯТЕЛЬНО ВЫПОЛНЯЕМОЙ РАБОТЫ

3. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ПОДГОТОВКЕ ИНДИВИДУАЛЬНЫХ ТВОРЧЕСКИХ ПРОЕКТОВ

4. РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

ВВЕДЕНИЕ

Выполнение самостоятельной работы требует проявления творчества, умения отбирать необходимый материал и анализировать информацию.

Учебный план высших учебных заведений предусматривает студентами направления 44.03.02 Психолого-педагогическое образование самостоятельное решение ситуационных заданий по дисциплине «Деловые и digital-коммуникации в бизнес-среде», которая является важным звеном в выработке студентами навыков самостоятельного изучения науки и приобретении опыта самостоятельного получения и накопления знаний, что необходимо будущему дипломированному бакалавру в его трудовой деятельности.

Настоящие методические указания обозначают порядок выполнения и оформления самостоятельной работы. Теоретическая часть работы должна отражать понимание студентом теоретического значения исследуемого вопроса. В итоге студент должен показать свою подготовленность к самостоятельному выполнению конкретной исследовательской и аналитической работы по изучению особенностей коммуникаций в деловой среде.

1. ОБЩИЕ ТРЕБОВАНИЯ

Выполнение самостоятельной работы, является самостоятельной учебной работой студента, при этом цель ее выполнения состоит в систематизации знаний и представлений об особенностях делового общения в туризме.

Самостоятельная работа состоит из решения задач и ситуационных заданий. Выбор варианта самостоятельной работы производится по таблице 1, на пересечении столбцов и строк, содержащих заглавную букву фамилии студента и последнюю цифру номера зачетной книжки.

Перед выполнением самостоятельной работы студенту необходимо:

- изучить теоретический и практический материал в соответствующих источниках литературы по данной дисциплине;
- ознакомиться со статистическими данными, публикуемыми в периодической печати и в статистических сборниках;
- ознакомиться со статьями периодической печати, освещающими вопросы самостоятельной работы.

Выполняемая самостоятельная работа должна соответствовать варианту, содержание вопросов должно быть раскрыто полностью, при этом необходимо избегать шаблонного переписывания текстов учебников. Для доказательства определенной закономерности, обоснования выводов требуется привести цифровой материал, который служит доказательной базой. При решении поставленных задач необходимо использовать знания, полученные при самостоятельном изучении материала. Работа должна быть написана грамотно и разборчивым почерком. Ответы на вопросы самостоятельной работы должны быть конкретными, точными, без лишних отступлений. В процессе самостоятельного изучения материала и выполнения самостоятельной работы студенты могут пользоваться консультацией преподавателей.

2. ВАРИАНТЫ САМОСТОЯТЕЛЬНО ВЫПОЛНЯЕМОЙ РАБОТЫ

Таблица 1 – Таблица вариантов

Первая буква фамилии студента	Номер задания	Теоретические вопросы	Индивидуальный творческий проект
А, Ж, Н, Т	1	1	1
Б, Е, Ё, З	2	2	2
В, И, М, П	3	3	3
Г, К, Р, Ц	4	4	4
Д, Л, С, Ш,	5	5	5
У, Ф, Э, Ю	6	6	6
О, Х, Ч, Щ, Я	7	7	7

Задачи

Практическая задача 1. Найти в художественной литературе и записать примеры механизмов перцепции (фрагменты текста с указанием названия произведения и автора). Проанализировать отрывок, представленный ниже, в качестве примера, определить типовую схему перцепции, систематические ошибки социального восприятия.

«Удивительное дело, какая полная бывает иллюзия того, что красота есть добро. Красивая женщина говорит глупости, ты слушаешь и не слышишь глупости, а слышишь умное Она говорит, делает гадости, а ты видишь что-то милое. Когда же она не говорит ни глупостей, ни гадостей, а красива, то сейчас уверяешься, что она чудо как умна и нравственна» (Л.Н Толстой. «Крейцерова соната»).

Практическая задача 2. Найти в художественной литературе и записать примеры механизмов перцепции (фрагменты текста с указанием названия произведения и автора). Проанализировать отрывок, представленный ниже, в качестве примера, определить типовую схему перцепции, систематические ошибки социального восприятия.

«Красота производит совершенные чудеса. Все душевные недостатки в красавице вместо того, чтобы произвести отвращение, становятся как-то необыкновенно привлекательны» (Н.В.Гоголь. «Невский проспект»).

Практическая задача 3. Найти в художественной литературе и записать примеры механизмов перцепции (фрагменты текста с указанием названия произведения и автора). Проанализировать отрывок, представленный ниже, в качестве примера, определить типовую схему перцепции, систематические ошибки социального восприятия.

«На нем был черный фрак, побелевший уже по швам, панталоны летние... под истертым черным галстуком на желтоватой манишке блестел фальшивый

алмаз, шершавая шляпа, казалось, видела и ведро и ненастье. Встретясь с этим человеком в лесу, вы приняли бы его за разбойника; в обществе - за политического заговорщика; в передней – за шар латана, торгующего эликсирами или мышьяком» (А.С.Пушкин. «Египетские ночи»).

Практическая задача 4. Проанализируйте ситуацию, разработайте механизм критики для неё, проведите дискуссию по обсуждению предлагаемых вариантов критики, выберите наиболее конструктивные приемы.

Ситуация. Подчиненный вам работник, талантливый специалист творческого типа, в возрасте, обладает статусом и личностными достижениями, пользуется большой популярностью у деловых партнеров, решает любые проблемы и великолепно взаимодействует. Вместе с тем, у вас не сложились отношения с этим работником. Он не воспринимает вас как руководителя, ведет себя достаточно самоуверенно и амбициозно. В его работе вы нашли некоторые недочеты и решили высказать ему критические замечания, однако ваш предыдущий опыт свидетельствует о его негативной реакции на критику: он становится раздражительным и настороженным.

Как вести себя?

Практическая задача 5. Проанализируйте ситуацию, разработайте механизм критики для неё, проведите дискуссию по обсуждению предлагаемых вариантов критики, выберите наиболее конструктивные приемы.

Вслед за кратким выговором вы сказали работнику несколько приятных слов. Наблюдая за партнером, вы заметили, что его лицо, поначалу несколько напряженное, быстро повеселело. К тому же он начал как всегда шутить и балагурить, рассказал пару свежих анекдотов и историю, которая сегодня произошла у него в доме. В конце разговора вы поняли, что критика, с которой вы начали разговор, не только не была воспринята, но и как бы забыта. Вероятно, он услышал только приятную часть разговора.

Что вы предпримете?

Практическая задача 6. Проанализируйте ситуацию, разработайте механизм критики для неё, проведите дискуссию по обсуждению предлагаемых вариантов критики, выберите наиболее конструктивные приемы.

Всякий раз, когда вы ведете серьезный разговор с одной из ваших подчиненных, критикуете ее работу и спрашиваете, почему она так поступает, она отделяется молчанием. Вам это неприятно, вы не знаете толком, с чем связано ее молчание, воспринимает она критику или нет, вы расстраиваетесь и злитесь.

Что можно предпринять, чтобы изменить ситуацию?

Практическая задача 7. Проанализируйте ситуацию, разработайте механизм критики для неё, проведите дискуссию по обсуждению предлагаемых вариантов критики, выберите наиболее конструктивные приемы.

Вы критикуете одну свою служащую, она реагирует очень эмоционально. Вам приходится каждый раз свертывать беседу и не доводить разговор до конца. Вот и сейчас, после ваших замечаний – она расплакалась.

Как добиться того, чтобы довести до нее свои соображения?

Теоретические вопросы

1. Инструменты продвижения в цифровой среде.
2. Позиционирование бренда в сети Интернет.
3. Средства построения цифровых коммуникаций.
4. Мировые цифровые тренды.
5. Государственная политика в области цифровой экономики в РФ.
6. Платформенные цифровые решения.
7. Этические проблемы цифровой коммуникации

Тематика индивидуальных творческих проектов

1. Обратная связь в деловой коммуникации, условия ее эффективности.
2. Убеждение в процессе делового общения.
3. Использование эффектов восприятия в деловом общении.
4. Управление неформальными коммуникациями в организации.
5. Этика и психология речевой деловой коммуникации.
6. Взаимное доверие как основа деловой этики.
7. «Трудный руководитель» и что с этим делать?

3. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ПОДГОТОВКЕ ИНДИВИДУАЛЬНЫХ ТВОРЧЕСКИХ ПРОЕКТОВ

Индивидуальный проект представляет собой особую форму организации деятельности обучающихся.

Под руководством научного руководителя студент должен:

- составить индивидуальный план проектной работы;
- сформулировать проблему и тему проектной работы, обосновывать актуальность проблемы;
- определить цель и задачи, выделить объект и предмет проектной работы,
- сформулировать гипотезу;
- уметь работать с различными источниками информации, оформить библиографические ссылки, составить библиографический список;
- выбрать и применить на практике методы исследовательской деятельности, адекватные задачам исследования;
- использовать мультимедийные ресурсы и компьютерные технологии для обработки, передачи, систематизации информации;
- оформить результаты исследования с помощью описания фактов, составления таблиц, графиков, сформулировать выводы;
- представить результаты проектной работы в виде презентации.

Виды проектов:

- исследовательские;
- творческие;
- социальные;
- практико-прикладные.

Требования к структуре проекта

Структура проекта включает в себя:

1. ВВЕДЕНИЕ должно включать:

- четкое и краткое обоснование темы исследования;
- актуальность (которая обусловила выбор темы исследования);
- цели и задачи (которые необходимо решить для достижения поставленной цели);
- объект исследования (процесс или явление, порождающее проблемную ситуацию и избранное для изучения);
- предмет исследования (находится в границах объекта – именно на нем должна быть направлена внимание);
- проблема исследования;
- гипотеза исследования;
- методы исследования (использованные для достижения поставленной в проекте цели);
- научная новизна (практическое значение полученных результатов).

2. ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ работы состоит из разделов (подразделов, подпунктов и т.п.)

- содержит обзор и анализ литературы по разрабатываемой проблеме, история вопроса, уровень разработанности проблемы в теории и практике, анализ и сопоставление различных точек зрения, и предложение своего мнения и решения проблемы.

3. ЗАКЛЮЧЕНИЕ - содержит итоги работы, важнейшие выводы, которые получены студентом в результате работы; рекомендации относительно возможностей практического применения материалов работы.

4. ПРИЛОЖЕНИЕ

В этот раздел входят нормативно - правовые документы, таблицы, графики, иллюстрации, схемы и т. п.

5. СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ИСТОЧНИКОВ

Список используемых источников составляет не менее 15 наименований, выполняется в алфавитном порядке, оформляется строго в соответствии с правилами библиографии.

4. РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

Основная литература:

1. Бабаева, А. В. Деловое общение и деловой этикет / А. В. Бабаева, Р.И.Мамина ; под редакцией Р. И. Маминой. –2-е изд. –Санкт-Петербург: Петрополис, 2019. – 192 с. – ISBN 978-5-9676-0555-0. –Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPRBOOKS: [сайт].–URL: <http://www.iprbookshop.ru/84671.html>, экземпляров неограниченно

2. Виговская М.Е. Психология делового общения: учебное пособие для бакалавров / Виговская М.Е., Лисевич А.В.. – Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2021. – 139 с. – ISBN 978-5-394-04357-4. – Текст: электронный // IPR SMART: [сайт]. – URL: <https://www.iprbookshop.ru/102278.html> , экземпляров неограниченно

8.1.2. Перечень дополнительной литературы:

1. Косова Ю.А. Деловые коммуникации: технологии общения: сборник практических заданий / Косова Ю.А., Сергеева Н.В.. – Москва: Российский государственный университет правосудия, 2021. – 127 с. – ISBN 978-5-93916-893-9. – Текст: электронный // IPR SMART: [сайт]. – URL: <https://www.iprbookshop.ru/117239.html>, экземпляров неограниченно

2. Короткий, С. В. Деловые коммуникации Электронный ресурс: Учебное пособие / С. В. Короткий. – Саратов: Вузовское образование, 2019. – 90 с. – Книга находится в премиум-версии ЭБС IPR BOOKS. – ISBN 978-5-4487-0472-7, экземпляров неограниченно

3. Макаров Б.В. Психология делового общения: учебное пособие / Макаров Б.В., Непогода А.В. – Саратов: Вузовское образование, 2019. – 209 с. – ISBN 978-5-4487-0339-3. – Текст: электронный // IPR SMART: [сайт]. – URL: <https://www.iprbookshop.ru/79820.html> , экземпляров неограниченно

Интернет-ресурсы:

1. Мир психологии – Режим доступа: <http://psychology.net.ru/>
2. Психология общения – Режим доступа: <https://psychologyofcommunication.jimdofree.com/>