

ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ВОЗДУШНОГО ТРАНСПОРТА

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**

**«МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ ГРАЖДАНСКОЙ АВИАЦИИ (МГТУ ГА)»**

Кафедра связей с общественностью
Д.Е. Краснянский

ДЕЛОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ

Учебно-методическое пособие
по изучению дисциплины
и планы семинарских занятий

*для студентов IV курса
направления 42.03.01
очной формы обучения*

Москва
2019

ББК 33.05
К-78

Рецензент:
Белоусов М.Г. – канд. фил. наук

Краснянский Д.Е.

К-78 Деловые коммуникации: учебно-методическое пособие по изучению дисциплины и планы семинарских занятий./ Д.Е. Краснянский. – Воронеж: ООО «МИР», 2019. – 16 с.

Данное учебно-методическое пособие издается в соответствии с рабочей программой учебной дисциплины «Деловые коммуникации» по учебному плану для студентов IV курса направления 42.03.01 очной формы обучения.

Рассмотрено и одобрено на заседании кафедры 11.12.2018 г. и методического совета 22.01.2019 г.

В авторской редакции

Подписано в печать 12.03.2019 г.
Формат 60x84/16 Печ.л. 3 Усл. печ. л. 3,49
Заказ 422/090424 Тираж 30 экз.

Московский государственный технический университет ГА
125993 Москва, Кронштадтский бульвар, д.20

Отпечатано ООО «МИР»
394033, г. Воронеж, Ленинский пр-т 119А, лит.Я, оф. 215

© Московский государственный
технический университет ГА, 2019

От автора

Деловые коммуникации – это учебная дисциплина, которая появилась не так давно. Она является специальной частью общей теории коммуникации, которая активно развивается с начала XX века. Всегда следует помнить, что теория коммуникации – базисная для PR наука.

PR, как и другие коммуникативные технологии, являясь в основном изобретением века двадцатого, перейдут вместе с нами в век двадцать первый, где получат свое дальнейшее развитие. Деловые коммуникации – прекрасно иллюстрируют этот тезис.

Теория коммуникации выработала более широкий взгляд на процесс общения и вообще систематизировала и поставила на научную основу накопленный человечеством опыт в сфере воздействия. Теория коммуникации в значительной степени формируется разнообразными прикладными областями, где коммуникативное воздействие играет определяющую роль. Только с помощью эффективно проведенной коммуникации в современном обществе осуществляется все больше и больше событий. Общество стало более зависимым от коммуникации. Ни в одном столетии не развивалось столько разнообразных дисциплин, связанных с воздействием человека на человека.

Особенностью деловых коммуникаций является то, что область ее практических приложений находится в реальном мире, который является повседневной сферой жизни для любого человека. Ведь любой взрослый человек, нуждается в той или иной работе, которая составляет значительную часть его жизни. Именно область деятельности управления составляет предмет дисциплины «Деловые коммуникации».

Таким образом, достаточно просто внимательно посмотреть вокруг себя, чтобы проверить, как действуют социально-психологические механизмы, как проявляются разнообразные феномены делового общения, взаимодействия людей в профессиональной сфере. Именно для того, чтобы понимать, что происходит в этом поле, какие инструменты и механизмы работают, как поступать правильно и как не нужно себя вести, помогает данный учебный курс.

Нужно отметить, что деловые коммуникации – молодая учебная дисциплина, в которой существует разный набор теоретических концептов и схем, многие наработки являются еще предметом дискуссий и результатом опыта отличающихся деловых практик, которые концептуализируют не только опыт европейского или североамериканского бизнеса, но и китайский, японский, а также разные варианты прочих рыночных моделей функционирования экономик мира.

Поэтому следует быть готовым, что разные авторы и учебники по-разному трактуют те или иные положения. Особенно зарубежные источники так сильно отличаются друг от друга, так и от российских, что можно их вообще принять за разные научные дисциплины. Все это должно

способствовать тому, что студенты должны внимательно знакомиться с учебным материалом по дисциплине и подключая критическое мышление и уже накопленный теоретический и практический опыт сопоставлять различные подходы, схемы, тезисы и принимать решение: какой из них более соответствует той задаче, которую решает студент. Целесообразно сочетать разные подходы в обучении: опираясь на систематизированный подход отечественных специалистов по коммуникативистике, дополнять его фактами, кейсами и экспериментами из иностранных источников.

Коммуникация – крайне важный и необходимый вид деятельности, без которого невозможно стать квалифицированным специалистом в сфере public relations и рекламы. Более того, если будущая профессиональная сфера студента будет связана с работой в журналистике, маркетинге, менеджменте или иных «социальных» профессиях, или, например, работой с людьми, знание коммуникаций – это профессиональная компетенция, от развития которой будет зависеть успех и карьера будущего специалиста.

Необходимо отметить, что изучение учебной дисциплины подразумевает знакомство с первоисточниками, на основе положений, выводов и находок которых формируется корпус дисциплины «Деловые коммуникации». Это исследования специалистов в таких областях как: теория коммуникаций, социальная психология, социальная философия, социология, информатика. Читать такую литературу необходимо по принципу «идея, теория в одной, второй, третьей и т.д. книгах» в рамках самостоятельной работы студентов. Это позволит глубже ознакомиться с историей вопроса и в сути.

На изучение дисциплины «Деловые коммуникации» учебным планом отводится 72 часа аудиторных занятий. При том, что существует колоссальное количество социально-психологических теорий, взглядов, подходов, экспериментов это приводит к высокой насыщенности лекций и семинаров. Объем лекционных занятий не может раскрыть все содержание имеющихся подходов. Они дают общее направление, определенные схемы целой сферы социально-психологических явлений. Короткая информация о проведенных социально-психологических и лабораторных исследованиях служит для иллюстраций теоретических подходов. Вопросы, выносимые на семинарские занятия, касаются только самых важных тем и оставляют в стороне многие другие вопросы.

Поэтому успешное освоение содержания дисциплины «Деловые коммуникации» предполагает интенсивную работу на аудиторных занятиях и систематическую самостоятельную работу. Автор выражает надежду на внимательное и заинтересованное изучение студентами курса «Деловые коммуникации». Полученные знания пригодятся не только в собственной работе, но и в повседневной коммуникации.

ТЕМА 1. СУЩНОСТЬ ПОНЯТИЯ ДЕЛОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ

1. Термин «деловые коммуникации», общение и коммуникация.
2. Процесс коммуникаций. Типовая «коммуникационная рамка».
3. Цели деловых коммуникаций.
4. Содержание деловых коммуникаций.
5. Средства деловых коммуникаций.
6. Функции деловых коммуникаций.
7. Формы деловых коммуникаций.

ВОПРОСЫ ДЛЯ ОБСУЖДЕНИЯ

1. Как соотносятся понятия «общение», «коммуникация», «деловые коммуникации»?
2. Как бы вы охарактеризовали процесс человеческого общения?
3. Императив, манипуляция и диалог как основные типы межличностной коммуникации.
4. Охарактеризуйте типы коммуникативного поведения: конкуренция, конфронтация, корпорация, кооперация, контакт
5. Как связана «деловая репутация» и «деловые коммуникации»?
6. Какие коммуникативные навыки вы знаете?
7. Приведите примеры «активного» и «пассивного» слушания.
8. Перечислите барьеры, мешающие активному слушанию.
9. Что такое навыки речи?
10. Навыки невербального общения.
11. Особенности диалогового общения.
12. Способы аргументации.
13. Типичные ошибки в общении.
14. Генезис деловых коммуникаций.
15. Эффективность деловых коммуникаций.

ОСНОВНАЯ ЛИТЕРАТУРА

Науменко Е.А. Деловые коммуникации: Учебное пособие. – Тюмень: Издательство Тюменского государственного университета, 2013., С. 36-70.

ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ЛИТЕРАТУРА

Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество. М.: Академия, 1999.
 Бодрийяр Ж. Общество потребления. М.: Культурная революция, 2006.
 Вебер М. Политика как призвание и профессия// Избранные произведения. М.: Прогресс, 1990.
 Гидденс Э. Социология. М.: Эдиториал УРСС, 2005.

Дюркгейм Э. Метод социологии. Социология, ее предмет, предназначение. М.: Канон, 1995.

Дойль П. Маркетинг, ориентированный на стоимость. СПб.: Питер, 2001.

Ортега-и-Гассет Х. Тема нашего времени//Самосознание европейской культуры XX в. М., 1999.

Лоусон Т., Гэррод Д. Социология от А до Я. Словарь-справочник. М.: ФАИР-ПРЕСС, 2000.

Коулман Дж. Капитал социальный и человеческий// Общественные науки и современность. 2001. №3.

Кравченко С. А. Социологический энциклопедический англо-русский словарь. М.: Руссо, 2002.

Кули Ч. Общественная организация. //Тексты по истории социологии XIX-XX веков: Хрестоматия. М., Наука, 1994.

Штомпка П. Социология социальных изменений. М.: Аспект Пресс, 1996.

ТЕМА 2. ЖАНРЫ УСТНОЙ ДЕЛОВОЙ РЕЧИ

1. Жанры устной деловой речи.
2. Традиционные формы устных деловых коммуникаций.
3. Инновационные формы устных деловых коммуникаций.
4. Выступление перед аудиторией.
5. Дебаты с оппонентами.

ВОПРОСЫ ДЛЯ ОБСУЖДЕНИЯ

1. Традиционные формы устных деловых коммуникаций: деловые встречи и беседы, совещания, собрания, переговоры, конференции.
2. Инновационные формы устных деловых коммуникаций: презентация, круглый стол, пресс-конференция.
3. Технология проведения пресс-конференции.
4. Деловая беседа как ведущая форма деловых коммуникаций.
5. Специфика делового совещания.
6. Переговоры.
7. Выступление перед аудиторией как коммуникативный процесс.
8. Виды публичных речей: информационная, эмоционально-оценочная, аргументирующая, организационная, воодушевляющая, агитационная.
9. Этапы коммуникации и их задачи.
10. Ошибки в построении речи.
11. Закон края.
12. Модель текста выступления.
13. Форматы выступлений в общественно-политической сфере.
14. Выступление на собрании.

15. Выступление на митинге.
16. Тайминг выступления или закон регламента.
17. Этапы подготовки к выступлению.
18. Обратная связь.
19. Управление вниманием.
20. Приемы привлечения внимания: вопросно-ответный ход, переход от монолога к диалогу, прием новизны, опора на личный опыт, использование юмора, использование наглядных иллюстраций, использование доказательства от противного.
21. Активизация слушателей.
22. Аудиовизуальные приемы.
23. Психологические приемы.
24. Что такое эффективная презентация?
25. Определение цели презентации.
26. Алгоритм процесса подготовки презентации.
27. Структура презентации.
28. Специфика визуального ряда презентации.
29. Особенности дебатов с оппонентами как формы коммуникации.

ОСНОВНАЯ ЛИТЕРАТУРА

Науменко Е.А. Деловые коммуникации: Учебное пособие. – Тюмень: Издательство Тюменского государственного университета, 2013., С. 222-262.

ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ЛИТЕРАТУРА

- Павлова Л. Г., Кашаева Е. Ю. Деловые коммуникации. М.: Кнорус, 2016.
- Румянцева И. А., Жернакова М. Б. Деловые коммуникации. М.: Юрайт, 2015.
- Моль А. Социодинамика культуры. М., 1973.
- Почепцов Г. Г. Теория коммуникации. М., 2011.
- Терин В. П. Массовая коммуникация. М., 2012.

ТЕМА 3. ЖАНРЫ ПИСЬМЕННОЙ И СМЕШАННОЙ ДЕЛОВОЙ РЕЧИ

1. Лексика деловых документов.
2. Грамматика и синтаксис языка деловых документов.
3. Основные жанры письменной деловой речи: договор, деловые письма, служебная записка, акт, указание, распоряжение, доверенность.
4. Служебная телеграмма как служебный документ.
5. Телефонные коммуникации.

ВОПРОСЫ ДЛЯ ОБСУЖДЕНИЯ

1. Виды и содержание деловых писем.
2. Язык и стиль деловых писем.
3. Употребление специальной лексики.
4. Письма-просьбы – как самая распространенная группа деловых писем.
5. Специфика писем-сообщений.
6. Письма-запросы.
7. Особенность информационных писем.
8. Письма прямой почтовой рассылки или директ-мейл.
9. Мини-письма (письма-шаблоны, письма-маятники и т.д.) как малые эпистолярные формы.
10. Специфика писем негативного содержания.
11. Языковой стандарт в деловой переписке.
12. Стадии подготовки деловых писем.
13. Общие требования к тексту делового письма.
14. Состав реквизитов делового письма.
15. Содержание делового письма.
16. Формы обращения к адресату.
17. Электронные письма (сетикет).
18. Специфика телефонного разговора.
19. Преимущества и слабые стороны телефонных коммуникаций.
20. Основные правила коммуникаций по телефону.
21. Невербальные средства телефонных коммуникаций.
22. Коммуникативные барьеры.

ОСНОВНАЯ ЛИТЕРАТУРА

- Науменко Е.А. Деловые коммуникации: Учебное пособие. – Тюмень: Издательство Тюменского государственного университета, 2013., С. 272-304.
- Маклюэн М. Понимание медиа: внешние расширения человека. – М.: Канон-пресс-Ц, 2003.

ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ЛИТЕРАТУРА

- Ворошилов В.В. Журналистика. СПб.: Издательство Михайлова В.А., 2006.
- Павлова Л. Г., Кашаева Е. Ю. Деловые коммуникации. М.: Кнорус, 2016.
- Румянцева И. А., Жернакова М. Б. Деловые коммуникации. М.: Юрайт, 2015.

Засурский Я.Н. Система средств массовой информации России. М.: «Аспект Пресс», 2001.

Почепцов Г. Г. Теория коммуникации. М., 2011.

ТЕМА 4. ДЕЛОВАЯ ЭТИКА

1. Этические принципы и нормы деловых людей.
2. Культура служебного общения.
3. Совокупность принципов поведения людей, занятых в сферах управленческой предпринимательской деятельности.
4. Разработка нормативных положений нравственного характера.
5. Этические теории и концепции, применимые в деловых коммуникациях.

ВОПРОСЫ ДЛЯ ОБСУЖДЕНИЯ

1. «Золотое правило морали» как фундаментальный принцип деловой этики.
2. Модель Пагано для определения этичности предложенного решения.
3. Утилитарная теория и ее использование в деловой этики.
4. Теория моральных обязательств и ее использование в деловой этики.
5. Сформулируйте возможные выгоды, которые приносит этический подход в ведении бизнеса для предпринимателя (бизнесмена)?
6. Этические нормы, регулирующие служебную деятельность.
7. Какие факторы обеспечивают служебную этику?
8. Нравственные ограничения в речевой коммуникации.
9. Использование иронии в деловых коммуникациях.
10. Этика делового общения.
11. Основные правила деловой этики.
12. Пунктуальность – ключ к успеху.
13. Выдержанность и умение учитывать интересы партнеров.
14. Принципы этики делового поведения начальства в отношении подчиненных.
15. Наиболее распространенные ошибки, допускаемые отечественными бизнесменами.
16. Правила корпоративной этики.
17. Этика бизнеса на международном уровне.
18. Условия формирования цивилизованной этики.
19. Значение деловой этики.
20. Корпоративные документы, в которых фиксируются положения нравственного характера.

21. Принципы деловой этики.
22. Универсальные нравственные максимы.
23. Нормы деловой этики.
24. Особенности деловой этики.
25. Этика делового человека.

ОСНОВНАЯ ЛИТЕРАТУРА

Науменко Е.А. Деловые коммуникации: Учебное пособие. – Тюмень: Издательство Тюменского государственного университета, 2013., С. 195-204.

ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ЛИТЕРАТУРА

Павлова Л. Г., Кашаева Е. Ю. Деловые коммуникации. М.: Кнорус, 2016.
Социальная хартия российского бизнеса. М.: РСПП, 2007.
Фрайзер П. Сайтэл. Современные паблик рилейшнз. М.: ИНФРА-М, 2002.
Алексина Т.А. Деловая этика. Учебник для академического бакалавриата. М.: Юрайт., 2014.

ТЕМА 5. ТИПИЧНЫЕ ОШИБКИ УЧАСТНИКОВ ДЕЛОВЫХ ПЕРЕГОВОРОВ

1. Переговоры как вид прагматической коммуникации.
2. Структура переговорного процесса.
3. Медиативная форма деловой коммуникации.
4. Условия эффективной коммуникации в переговорном процессе.
5. Типичные ошибки участников деловых переговоров.

ВОПРОСЫ ДЛЯ ОБСУЖДЕНИЯ

1. Динамика переговоров.
2. Содержание подготовительного (докоммуникативного) этапа переговорного процесса.
3. Содержание дискуссионного (коммуникативного) этапа переговорного процесса.
4. Содержание рефлексивного (посткоммуникативного) этапа переговорного процесса.
5. Этапы подготовки к переговорам.
6. Этап ведения переговоров.
7. Этап обсуждения (аргументации).
8. Этап согласования позиций.
9. Анализ результатов переговоров и выполнение достигнутых договоренностей.

10. Показатели успешности переговоров.
11. Типичные ошибки в ходе переговорного процесса.
12. Медиация как эффективный переговорный процесс.
13. Основные цели медиации.
14. Стадии медиативного процесса.
15. Методы ведения деловой беседы.
16. Коммуникативная специфика принципиальных переговоров.
17. Коммуникативные умения в деловых переговорах.
18. Рефлексивное слушание в конфликтных коммуникациях.
19. Принципы проведения переговоров.
20. Аксиоматические принципы эффективных коммуникаций В. М. Снеткова в управлении.

ОСНОВНАЯ ЛИТЕРАТУРА

Науменко Е.А. Деловые коммуникации: Учебное пособие. – Тюмень: Издательство Тюменского государственного университета, 2013., С. 222-234.

ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ЛИТЕРАТУРА

- Павлова Л. Г., Кашаева Е. Ю. Деловые коммуникации. М.: Кнорус, 2016.
- Румянцева И. А., Жернакова М. Б. Деловые коммуникации. М.: Юрайт, 2015.
- Почепцов Г. Г. Теория коммуникации. М., 2011.
- Терин В. П. Массовая коммуникация. М., 2012.
- Почепцов Г. Имеджелогия. М., 2001.
- Семенов А.К., Маслова Е.Л. Психология и этика менеджмента и бизнеса. М.: Дело, 2000.

ТЕМА 6. ОСОБЫЕ СФЕРЫ ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ

1. Интернет как средство коммуникации.
2. Организация корпоративных коммуникаций в сети Интернет.
3. Структурная модель деловой коммуникации.
4. Использование интранета в корпоративной практике.
5. Корпоративные информационные технологии.

ВОПРОСЫ ДЛЯ ОБСУЖДЕНИЯ

1. Способы использования организацией сети Интернет для своих задач.
2. Корпоративный сайт: основные правила создания.
3. Цели и задачи сайта.

4. Определение целевой аудитории сайта.
5. Внутренняя структура сайта.
6. Правила составления технического задания для разработчиков сайта.
7. Проблема контента корпоративного сайта.
8. Пресс-центр на сайте.
9. Корпоративные новости или что такое ньюз-релиз?
10. Использование блога в корпоративной практике.
11. Преимущества блога по сравнению с корпоративным сайтом.
12. Корпоративный блог в информационной войне и кризисной ситуации.
13. Потенциал новых технологий для корпоративных коммуникаций: RSS, WAP, стримы, подкастинг, реалити-шоу.
14. Преимущества Интранет для корпоративных коммуникаций.

ОСНОВНАЯ ЛИТЕРАТУРА

Науменко Е.А. Деловые коммуникации: Учебное пособие. – Тюмень: Издательство Тюменского государственного университета, 2013., С. 204-221.

ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ЛИТЕРАТУРА

- Павлова Л. Г., Кашаева Е. Ю. Деловые коммуникации. М.: Кнорус, 2016.
- Румянцева И. А., Жернакова М. Б. Деловые коммуникации. М.: Юрайт, 2015.
- Почепцов Г. Г. Теория коммуникации. М., 2011.
- Терин В. П. Массовая коммуникация. М., 2012.
- Почепцов Г.Г. Информационные войны. М.: Рефл-бук, 2000.
- Почепцов Г.Г. Имиджелогия: теория и практика. К.: Ваклер, 2000.

ПРИМЕРНЫЙ ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ К ЗАЧЕТУ

1. Понятия «общение», «коммуникация», «деловые коммуникации».
2. Правила говорения и слушания в деловой коммуникации.
3. Умение слушать как условие эффективной коммуникации: внимание, установка, нерелексивное и релексивное слушание.
4. Особенности речевой коммуникации в деловой среде. Барьеры речи.
5. Бессознательные психические процессы в коммуникации деловых партнеров (обмолвки, оговорки, ослышки, очитки).
6. Речь в межличностных, общественных и деловых отношениях.
7. Логические и психологические приемы полемики.

8. Речевые коммуникации в деловых переговорах.
9. Вербальные формы делового общения. Основные элементы вербального общения: умение говорить, слушать, задавать вопросы.
10. Невербальные средства общения. Основные системы невербального общения: визуальная, акустическая, тактильная, рольфакторная.
11. Коммуникационные эффекты в деловом общении.
12. Основы деловой риторики: культура речи, средства выразительности деловой речи, речевое поведение.
13. Барьеры непонимания при взаимодействии партнеров по общению и приемы их преодоления.
14. Стратегии влияния и манипулирования в деловых коммуникациях.
15. Коммуникативные характеристики деловых партнеров.
16. Переговоры как разновидность деловой коммуникации: стратегии динамика и тактические приемы.
17. Искусство красноречия как составляющая коммуникативной культуры. Принципы речевого воздействия.
18. Правила формирования имиджа профессионала.
19. Искусство комплимента в деловом общении. Правила вручения подарков.
20. Этикет приветствий и представлений в деловом общении.
21. Роль и значение визитной карточки в деловом общении.
22. Этические нормы и правила ведения телефонного разговора.
23. Коммуникативная культура. Нравственные требования и личные качества собеседников.
24. Методы воздействия и стили руководства трудовым коллективом.
25. Кинесические средства невербального общения: жесты, мимика, поза.
26. Кинесические средства невербального общения: визуальный контакт.
27. Проксологические особенности невербального общения. Расположение собеседников в пространстве.
28. Деловое общение в рабочей группе. Морально – психологический климат в коллективе. Факторы, влияющие на формирования нормального морально – психологического климата.
29. Официальная переписка как форма делового общения. Виды документов и их классификация.
30. Частные деловые бумаги: автобиография, резюме, заявления.
31. Унификация языка деловых документов. Языковые клише официальных документов.
32. Деловой этикет. Правила делового этикета.
33. Правила работы с ИТ-информацией, ее возможности и границы.
34. Определение и основные категории дисциплины «Деловые коммуникации».

35. Основные методы дисциплины «Деловые коммуникации»: тестирование, моделирование, методы анализа деловых ситуаций и другие.
36. Когнитивная психология и ее роль в деловых коммуникациях.
37. Правила работы с телефоном: служебным, мобильным.
38. Этикетные коммуникации: письмо и его виды, визитные карточки, электронная почта, факс.
39. Взаимодействия в рабочей группе: конформизм и неконформизм.
40. Модели преодоления конфликтов в деловых коммуникациях: конфронтация, избегание, приспособление, компромисс, сотрудничество.
41. Виды делового общения.
42. Стили речи в деловом общении.
43. Дистанции в деловой коммуникации.
44. Организация пространственной среды в деловом общении.
45. Понятие деловой беседы.
46. Основные этапы деловой беседы.
47. Методы начала деловой беседы.
48. Разрешение конфликтов и стратегии поведения в конфликтных ситуациях.
49. Типы поведения людей в конфликтной ситуации.
50. Классификация конфликтов.

УЧЕБНАЯ ЛИТЕРАТУРА И ИНТЕРНЕТ-ИСТОЧНИКИ

1. Почепцов Г. Г. Теория коммуникации. М.: Рефл-Бук, 2011.
2. Блэк С. Паблик рилейшенз. Что это такое? М., 2012.
3. Кара-Мурза С. Г. Манипуляция сознанием. М. 2010.
4. Краснянский Д. Е. Основы теории коммуникации: Учебное пособие.- М.: МГТУ ГА, 2009.
5. Кузина Ю.И., Малервейн С.В. Деловая письменная коммуникация: учебно-методическое пособие. – Томск: Изд-во ТПУ, 2007.
6. Культура устной и письменной речи делового человека. Справочник. Практикум. – М.: Флинта: Наука, 1999.
7. Лифтон Р.Д. Технология «промывки мозгов». – М., 2014.
8. Мальханова И.А. Деловое общение: учебное пособие. – М.: Академический проект: Трикта, 2005.
9. Мокшанцев Р.И. Психология коммуникаций на переговорах: учебное пособие для вузов. – М.: Новосибирск: Инфра-М: Сибирское соглашение, 2004.
10. Панфилова А.П. Деловая коммуникация в профессиональной деятельности: учебное пособие. – СПб.: ИВЭСЭП, 2001.
11. Терин В. П. Массовая коммуникация. М., 2012.

12. Романова Н.П. и др. Деловой этикет на Востоке. Настольная книга бизнесмена: учебное пособие. – М.: Восток-Запад, 2005.
13. Сергеечева В. Как говорить убедительно. – СПб.: Питер, 2000.
14. Смирнов Г.Н. Этика деловых отношений: учебник. – М.: Проспект, 2006.
15. Сорокина А.В. Основы делового общения: конспект лекций. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2004.
16. Стилистический энциклопедический словарь русского языка / под ред. М.Н. Кожинной. – М.: Флинта; Наука, 2006.
17. Титова Л.Г. Деловое общение: учебное пособие. – М.: Юнити, 2006.
18. Трухачев В.И. Международные деловые переговоры: учебное пособие для вузов. – М.; Ставрополь: Финансы: Финансы и статистика: АГРУС, 2005.
19. Филиппова Е.М. Функциональные стили русского языка: учебное пособие. – Томск: Изд-во ТПУ, 2011.
20. Володина Л.В., Карпухина О.К. Деловое общение и основы теории коммуникации: учебное пособие [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://dvo.sut.ru/libr/sotciolo/volod/index.htm>.
21. Пиз А. Язык телодвижения. Как читать мысли по жестам [Электронный ресурс] // Журнал «Флирт». – Электрон. журн. – Режим доступа: <http://flirtmag.com.ua/book/3/10>.
22. Райкова Е.В. Проблемы деловой коммуникации в организации [Электронный ресурс] // Журнал «Научный вестник УрАГС». – Режим доступа: <http://vestnik.uapa.ru/issue/2008/04/13/>.
23. Скаженник Е.Н. Практикум по деловому общению. Электронное пособие. Таганрог: Изд-во ТРТУ, 2005 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.aup.ru/books/m96/>.
24. Стратегия письменных коммуникаций: как составлять деловые письма, отчеты и другие документы // Дистанционный консалтинг. Поддержка малого бизнеса [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.dist-cons.ru/modules/Strategy/section3.html>.
25. Филонович С.Р. Лидерство и практические навыки менеджера. Навыки вербальных коммуникаций // Библиотека РГИУ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.i-u.ru/biblio/archive/filanovich_liderstvo/.
26. Стиль документа [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – Режим доступа: <http://doc-style.ru>.
27. Персональный сайт о деловой коммуникации [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – Режим доступа: <http://obhaisy-drug.ru>.
28. Деловое общение и его основные принципы [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – Режим доступа: <http://obshenedel.ru>.

СОДЕРЖАНИЕ

От автора	3
Тема 1. Сущность понятия деловые коммуникации.....	5
Тема 2. Жанры устной деловой речи.....	6
Тема 3. Жанры письменной и смешанной деловой речи.....	7
Тема 4. Деловая этика.....	9
Тема 5. Типичные ошибки участников деловых переговоров.....	10
Тема 6. Особые сферы делового общения.....	11
Примерный перечень вопросов к зачету.....	12
Учебная литература и интернет-источники.....	14