# Министерство образования Республики Беларусь

**Учебно-методическое объединение**

**по гуманитарному образованию**

|  |  |
| --- | --- |
|  | УТВЕРЖДАЮПервый заместитель  Министра образования  Республики Беларусь \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ **А.И. Жук**  \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  Регистрационный № ТД -\_\_\_\_/ тип. |

**КУЛЬТУРА ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ**

Типовая учебная программа   
для студентов высших учебных заведений   
по специальностям: 1–21 05 01 «Белорусская филология   
(по направлениям)», направление специальности:   
1–21 05 01–03 «Белорусская филология (деловая коммуникация)»,

1–21 05 02 «Русская филология (по направлениям)»,

направление специальности:   
1–21 05 02–03 «Русская филология (деловая коммуникация)»

|  |  |
| --- | --- |
| СОГЛАСОВАНО Председатель  Учебно-методического объединения по гуманитарному образованию  \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ **В.Л. Клюня**  \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ | СОГЛАСОВАНО Начальник управления  высшего и среднего специального образования Министерства  образования Республики Беларусь  \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ **С.И. Романюк**  \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  Проректор  по учебной и методической работе государственного учреждения  образования «Республиканнский  институт высшей школы»  \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ **В.И. Шупляк**  \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  Эксперт-нормоконтролер  \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ |

**Минск 2012**

**Составители:**

*Саникович И.М.,* доцент кафедры риторики и методики преподавания языка и литературы Белорусского государственного университета, кандидат педагогических наук;

*Мальцевич Т.В.,* доцент кафедры риторики и методики преподавания языка и литературы Белорусского государственного университета, кандидат педагогических наук.

**Рецензенты:**

кафедра общего и русского языкознания УО «Витебский государственный университет им. П.М. Машерова»;

*Слесарева И.Н.*, кандидат педагогических наук, доцент кафедры лингвистического образования ГУО «Академия последипломного образования».

**Рекомендована к утверждению в качестве типовой:**

Кафедрой риторики и методики преподавания языка и литературы Белорусского государственного университета (протокол № \_\_\_\_ от \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 2012 г.);

Научно-методическим советом Белорусского государственного университета (протокол № \_\_\_\_ от \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 2012 г.);

Учебно-методическим объединением по гуманитарному образованию (протокол № \_\_\_\_ от \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 2012 г.)

Ответственные за редакцию: *И.М. Саникович, Т.В. Мальцевич*

Ответственные за выпуск: *И.М. Саникович, Т.В. Мальцевич*

**ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА**

Курс **«Культура делового общения»** разработан для студентов специальностей 1-21 05 01 Белорусская филология, 1-21 05 02 Русская филология по направлению «Деловая коммуникация».

Деловое общение занимает значительное место в жизни многих людей, особенно в сферах, которые называются сферами «повышенной речевой активности». К ним можно отнести деятельность референтов, маркетологов, переводчиков, сотрудников рекламных агентств, сотрудников редакций различных средств массовой информации. Именно в этих областях человеческой жизнедеятельности выпускники филологического факультета находят применение своим профессиональным умениям и творческим способностям. Для людей, работающих в этих областях, слово является необходимым инструментом, которым должны владеть специалисты, желающие соответствовать избранной профессии и добиться в ней успеха. В этой связи разработка курса **«Культура делового общения»**, рассматривающего особенности делового общения, является **актуальной.**

Основная **цель** курса – знакомство студентов-филологов с теоретическими и практическими аспектами культуры делового общения.

Важнейшими **задачами** курса являются:

* познакомить студентов со спецификой делового общения (понятия *деловое общение, деловая риторика, деловой этикет, деловая культура*) и факторами формирования национальных особенностей речевого этикета;
* выработать умение моделировать ход коммуникации в процессе монологического и диалогического высказывания в различных ситуациях делового общения;
* познакомить с основными типами деловых культур и спецификой влияния национально-культурных стереотипов на деловое общение и поведение;
* сформировать навыки подбора уместных доказательств в процессе построения системы аргументации в деловом общении;
* ознакомить с основными видами критики, способами нейтрализации критических замечаний и правилами созидательной критики.

Достижение поставленной цели и решение сформулированных задач осуществляется с помощью **деятельностного подхода** к обучению, который выражается, во-первых, в отборе деятельностно ориентированного содержания материала, во-вторых, в использовании активных форм и методов обучения – в обучении способам действий через само вовлечение в данную деятельность. В процессе лекционных и семинарских занятий, а также во время контролируемой самостоятельной работы студентов активно используются ролевые игры, тренинги и видеозаписи.

Согласно образовательному стандарту по данному направлению специальностей, **в результате изучения дисциплины студенты должны** **знать:**

– содержание и соотношение понятий *деловое общение, деловая риторика, деловой этикет, деловая культура*;

– характерные универсальные особенности профессионально-делового общения и этикета;

– наиболее типичные этикетные ситуации делового общения и употребительные в них коммуникативно-речевые средства;

– типологию деловых культур, специфику влияния национально-культурных стереотипов на деловое общение и поведение;

– индивидуально-психологические особенности общающихся сторон;

– стратегии и тактики делового общения;

– основные приемы аргументации и правила созидательной критики;

– влияние звуковых и визуальных средств на процесс коммуникации.

**Студенты должны уметь:**

– определять основные цели проектируемого делового общения, отбирать и обрабатывать деловую информацию с учетом поставленных коммуникативных целей;

– точно определять стратегию ситуации делового общения и выбирать соответствующую речевую тактику;

– оказывать убеждающее воздействие на адресата речи с помощью основных приемов деловой аргументации;

– соблюдать важнейшие требования делового этикета в наиболее распространенных речевых ситуациях (приветствия, знакомства, благодарности, извинения, прощания и др.);

– учитывать наиболее значимые национально-культурные особенности делового общения и индивидуально-психологические особенности участников деловой коммуникации;

– уместно и эффективно пользоваться звуковыми и визуальными средствами воздействия на слушателей.

Проблематика спецкурса связана со следующими дисциплинами социально-гуманитарного профиля: риторикой, логикой, лингвистикой, психологией.

Данный курс имеет ярко выраженную практическую направленность, поскольку теоретические знания и практические умения помогут студентам в процессе их будущей профессиональной деятельности.

Программа рассчитана на 52 часа; из них 20 ч. – лекции; 10 ч. – практические; 4 часа – КСР. Форма контроля знаний – зачет.

**ПРИМЕРНЫЙ ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН КУРСА**

#### "КУЛЬТУРА ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ"

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **№№**  **П/П** | **Названия**  **разделов и тем** | **Количество часов** | | | |
| **Аудиторные** | | | **Сам.**  **раб.** |
| **Лек-**  **ции** | **Практ.**  **занятия** | **КСР** |
| **1.** | **ВВЕДЕНИЕ** | | | | |
| 1.1.  1.2. | Содержание понятий *деловое общение, деловая риторика, деловой этикет, деловая культура*.  Основные речевые умения в сфере делового общения | 2 |  |  |  |
| **2.** | **РЕЧЕВАЯ КУЛЬТУРА ДЕЛОВОГО ЧЕЛОВЕКА И РЕЧЕВОЙ ЭТИКЕТ** | | | | |
| 2.1. | Литературный язык – основа культуры речи (нормы литературного языка, изобразительно-выразительные средства языка, способы диалогизации монологической речи). | 1 |  |  | 2 |
| 2.2. | Понятие «метаязык». Расшифровка значений наиболее распространенных слов и выражений метаязыка. | 1 |  |  | 2 |
| 2.3. | Речевой этикет (факторы формирования. национальные особенности, основные этикетные формулы). | 2 |  |  |  |
| **3.** | **ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ** | | | | |
| 3.1. | Индивидуально-психологические особенности общающихся сторон. | 1 |  |  |  |
| 3.2. | Классификация участников делового общения (типология темперамента, сенсорная типология, психогеометрическая типология, психологические типы людей по К. Юнгу). |  |  | 2 |  |
| 3.3. | Эго-состояния и способы их различения. Типы и модели трансактов. |  |  | 2 |  |
| 3.4. | Влияние имиджа и статуса на процесс делового общения. Основные правила убеждения. |  | 1 |  | 2 |
| 3.5. | Невербальные средства воздействия оратора на аудиторию. Влияние качеств голоса на успешность процесса делового общения. | 1 | 1 |  | 2 |
| **4.** | **НАЦИОНАЛЬНО-КУЛЬТУРНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ** | | | | |
| 4.1. | Классификация деловых культур по Р. Д. Льюису. Характеристика каждого типа. | 2 |  |  |  |
| 4.2. | Национальные особенности, присущие деловым людям разных стран, и своеобразие их поведения в различных ситуациях делового общения. |  | 2 |  |  |
| **5.** | **ТЕХНОЛОГИЯ ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ** | | | | |
| 5.1. | Деловая коммуникация как процесс: функции, виды, уровни общения. | 1 |  |  |  |
| 5.2. | Стратегии и тактики делового общения. | 1 |  |  | 2 |
| 5.3. | Тактики убеждения в деловом общении с ориентацией на тип собеседника. | 1 | 1 |  | 2 |
| 5.4. | Тактико-стратегическое моделирование в типовых ситуациях делового общения. | 1 | 1 |  |  |
| **6.** | **ОСНОВЫ ТЕОРИИ АРГУМЕНТАЦИИ** | | | | |
| 6.1. | Понятие аргументации и принципы аргументирования. Виды аргументации. | 2 |  |  | 2 |
| 6.2. | Виды аргументации. Специфика риторической аргументации. |  | 2 |  |  |
| 6.3. | Дедукция и индукция в процессе аргументации. Культура оперирования понятиями. Логические ошибки и их предупреждение. |  | 2 |  | 2 |
| 6.4. | Проблемные ситуации и аргументация. Типы проблемных ситуаций. | 2 |  |  |  |
| **7.** | **ИСКУССТВО КРИТИКИ В ДЕЛОВОЙ КОММУНИКАЦИИ** | | | | |
| 7.1. | Виды критики. | 2 |  |  | 2 |
| 7.2. | Правила нейтрализации критических замечаний. |
| 7.3. | Способы и правила созидательной критики. |
|  | **Всего:** | **20** | **10** | **4** | **18** |
| **Итого:** | **52** | | | |

**ВВЕДЕНИЕ**

Содержание понятий *деловое общение, деловая риторика, деловой этикет, деловая культура*. Основные речевые умения: умение отбирать и обрабатывать деловую информацию с учетом жанровых особенностей деловых текстов, умение обосновывать выдвинутое положение, умение оказывать убеждающее воздействие на партнера, умение целесообразно выбирать языковые средства с учетом речевой ситуации и норм делового речевого этикета и др.

**РЕЧЕВАЯ КУЛЬТУРА ДЕЛОВОГО ЧЕЛОВЕКА**

**И РЕЧЕВОЙ ЭТИКЕТ**

Литературный язык – основа культуры речи. Нормы русского литературного языка. Изобразительно-выразительные средства языка. Способы диалогизации монологической речи. Контактоустанавливающие языковые средства.

Понятие «метаязык». Расшифровка значений наиболее распространенных слов и выражений метаязыка.

Факторы формирования речевого этикета. Национальные особенности речевого этикета. Этикетные формулы знакомства, представления, приветствия и прощания. Этикетные формулы, используемые в деловом общении (деловая беседа, деловые переговоры по телефону) и деловой переписке. Особенности обращения как формулы речевого этикета.

**ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ**

Индивидуально-психологические особенности общающихся сторон. Типология темперамента. Сенсорная типология. Психогеометрическая типология. Психологические типы людей по К. Юнгу. Эго-состояния и способы их различения. Типы и модели трансактов.

Влияние имиджа и статуса на процесс убеждения в деловом общении. Основные правила убеждения (правило Гомера, правило Сократа, правило Паскаля, разделяющие и объединяющие моменты, умение проявить эмпатию, отсутствие конфликтогенов, слушание и понимание в процессе убеждения, удовлетворение основных потребностей (по А. Маслоу) собеседника в процессе убеждения).

Невербальные средства воздействия оратора на аудиторию (мимика, взгляд, жесты, позы, дистанция между участниками общения).

Влияние качеств голоса (интонационная выразительность, громкость, темп, тембр, паузы) на успешность процесса делового общения.

**НАЦИОНАЛЬНО-КУЛЬТУРНЫЕ ОСОБЕННОСТИ**

**ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ**

Классификация деловых культур по Р. Д. Льюису. Деление культур мира на моноактивные, полиактивные и реактивные. Характеристика каждого типа культур.

Национальные особенности, присущие деловым людям разных стран, и своеобразие их поведения в различных ситуациях делового общения.

**ТЕХНОЛОГИЯ ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ**

Деловая коммуникация как процесс: функции, виды, уровни общения. Основные функции деловой коммуникации: информативная, интерактивная, перцептивная, экспрессивная и др. Вертикальный и горизонтальный виды коммуникации. Уровни общения: примитивный, манипулятивный, стандартизированный, конвенциональный, собственно деловой, игровой, духовный. Роль стереотипов в деловом общении. Стирание, обобщение, искажение как «фильтры» нашего сознания. Позитивные «фильтры» успешной коммуникации: ориентация на результат, ориентация на действия, принцип обратной связи, поиск возможностей, понимание действительности как текста и др.

Стратегии и тактики делового общения. Понятие стратегии делового общения (открытая – закрытая, монологическая – диалогическая, ролевая – личностная). Стратегия управления временем. Прямые тактики речевого воздействия. Требования к эффективным прямым тактикам речевого воздействия. Косвенные речевые тактики. Общий принцип построения косвенной речевой тактики. Импликативные искусства (искусство комплимента, искусство намека, искусство шутки) как сферы реализации косвенных речевых тактик. Роль импликативных искусств в деловом общении.

Тактики убеждения в деловом общении с учетом типа собеседника. Основные приемы настройки на собеседника. Уровни восприятия адресата (окружение, поведение, способности, убеждения, самопредставление, миссия) и их влияние на модель мира человека. Особенности настроек на уровни восприятия. Принцип постепенного повышения уровня общения. Личностные особенности собеседника как путь к убеждению. Каналы восприятия информации. Раппорт и подстройка.

Стратегии и тактики в типовых ситуациях делового общения (деловых беседах, телефонных переговорах). Многообразие речевых тактик. Виды деловых бесед. Способы получения личностной информации в процессе беседы. Анализ вербальной и невербальной информации. Техника постановки вопросов. Искусство слушать. Поддержание баланса между говорением и слушанием. Речевые формулы получения согласия. Принцип действия речевых формул. Корректные приемы в телефонных переговорах. Способы нейтрализации некорректных приемов в телефонных переговорах.

**ОСНОВЫ ТЕОРИИ АРГУМЕНТАЦИИ**

Понятие аргументации и принципы аргументирования. Виды аргументации: эмпирическая, теоретическая и контекстуальная. Специфика риторической аргументации.

Объяснение и понимание в аргументации. Дедукция и индукция в процессе аргументации.

Проблемные ситуации и аргументация. Типы проблемных ситуаций. Аргументативный процесс как комплекс конструктивных, деструктивных, селективных, регулятивных мыслительных операций.

Культура оперирования понятиями. Логические ошибки и их предупреждение.

**ИСКУССТВО КРИТИКИ В ДЕЛОВОЙ КОММУНИКАЦИИ**

Виды критики. Правила нейтрализации критических замечаний и отпора словесной агрессии. Основные правила созидательной критики.

***Основная литература***

1. *Андреев, В. И.* Конфликтология: искусство спора, ведения переговоров, разрешения конфликтов / В. И. Андреев. – Казань, 1992.
2. *Анисимова, Т. В.* Современная деловая риторика / Т. В. Анисимова, Е. Г. Гимпельсон. – М., 2003.
3. *Баева, О. А.* Ораторское искусство и деловое общение / О. А. Баева. – Мн., 2000.
4. *Безменова, Н. А.* Очерки по теории и истории риторики / Н. А. Безменова. – М., 1991.
5. *Введенская, Л. А.* Деловая риторика / Л. А. Введенская, Л. Г. Павлова. – Ростов-н/Д., 2001.
6. *Венедиктова, В.* *И.* О деловой этике и эстетике / В. И. Венедиктова. – М., 1994.
7. *Гойхман, О. Я.* Основы речевой коммуникации / О. Я. Гойхман, Т. М. Надеина. – М., 1997.
8. *Иванова, С. Ф.* Искусство диалога, или Беседы о риторике / С. Ф. Иванова. – Пермь, 1992.
9. *Ивин,* *А. А.* Основы теории аргументации / А. А. Ивин. – М., 1997.
10. *Кохтев, Н. Н.* Риторика / Н. Н. Кохтев. – М., 1993.
11. *Макдермотт, Я.*  Практический курс НЛП / Я. Макдермотт, В. Яго. – М., 2006.
12. *Мальханова, И. А.* Деловое общение: учебное пособие / И. А. Мальханова. – М., 2002.
13. *Минеева, С. А.* Полемика – диспут – дискуссия / С. А. Минеева. – М., 1990.
14. *Михайличенко, Н. А.* Риторика / Н. А. Михайличенко. – М., 1993.
15. *Мицич, П.* Как проводить деловые беседы / П. Мицич. – М., 1987.
16. *О'Коннор, Дж.* Искусство системного мышления / Дж. О'Коннор, И. Макдермотт. – М., 2006.
17. Практикум по истории риторики: учеб.-метод. пособие для студентов филол. спец. / Л. А. Мурина [и др.]. – Мн., 2000.
18. Психология и этика делового общения: учеб. для вузов / под ред. В. Н. Лавриненко. – М., 1997.
19. Риторика:курс лекций/ Л. А. Мурина [и др.]. – Мн., 2002.
20. *Шейнов, В. П.* Риторика / В. П. Шейнов. – Мн., 2000.

***Дополнительная литература***

1. *Адаир, Д.*  Эффективная коммуникация. Как стать ферзем / Д. Адаир. – М., 2006.
2. *Аминов, И.И.*  Психология делового общения: учеб. пособие / И. И. Аминов. – М., 2006.
3. *Архангельский, Г.* *А.* Тайм-драйв: Как успевать жить и работать / Г. Архангельский. – М., 2006.
4. *Берков, В. Ф.* Полемика: как ее вести / В. Ф. Берков, В. А. Михайлов. – Мн., 1975.
5. *Бородкин, Ф.* *М*. Внимание: конфликт! /Ф. М. Бородкин, Н. М. Коряк. – Новосибирск, 1989.
6. *Карлоф, В.* Деловые стратегии / В. Карлоф. – М., 1991.
7. *Карнеги, Д.* Как завоевывать друзей и оказывать влияние на людей... / Д. Карнеги. – Мн., 1991.
8. Культура письменной речи делового человека: справочник; практикум. – М.,1996.
9. *Курбатов, В.* *И.* Стратегия делового успеха / В. И. Курбатов. – Ростов-н/Д., 1995.
10. *Панасюк, А. Ю.* Как победить в споре, или Искусство убеждать / А. Ю. Панасюк. – М., 1998.
11. *Панкратов, В. Н.* Уловки в спорах и их нейтрализация: практ. рук. для деловых людей / В. Н. Панкратов. – М., 1996.
12. *Пиз, А.* Говорите точно... Как соединить радость общения и пользу убеждения / А. Пиз, А. Гарнер. – М., 2003.
13. *Романова, Н. П.* Деловой этикет на Востоке / Н.П. Романова, В.В. Багин, И.В. Романова. – М., 2006.
14. *Ханин, М. И.* Практикум по культуре речи, или Как научиться красиво и убедительно говорить / М. И. Ханин. – СПб., 2002.
15. *Юри, У.* Преодолевая нет, или Переговоры с трудными людьми / У. Юри. –М., 1993.