Аннотация рабочей программы дисциплины

*«Деловые и научные коммуникации»*

Направление подготовки

*38.04.06 «Торговое дело»*

Магистерская программа: Стратегии и инновации в коммерции

Рабочая программа учебной дисциплины соответствует требованиям ФГОС ВО по направлению *38.04.06 «Торговое дело»*

Дисциплина «Деловые и научные коммуникации» входит в вариативную часть дисциплин магистратуры по направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело.

Дисциплина является базовой и основывается на знаниях магистрантов в области психологии, социологии, делового общения.

Изучение дисциплины необходимо для дальнейшего изучения следующих дисциплин:

Б1.Б.02 Рекламный менеджмент

Б1.В.01.02 Технологии эффективного менеджмента

Б1.В.ДВ.03.02 Корпоративное управление

**Цель дисциплины**

Целью учебной дисциплины «Деловые и научные коммуникации» является обеспечение овладения слушателями основами знаний в сфере деловых и научных коммуникаций.

**Учебные задачи дисциплины**

Основными задачами изучения курса в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта высшего образования, являются:

1. усвоение сведений о сущности деловых и научных коммуникаций, их основных понятиях, нормах и принципах;
2. овладение знаниями о практической реализации норм и ценностей делового общения в деловых отношениях;
3. приобретение способности ориентироваться в деловых ситуациях, возникающих в ходе делового общения;
4. усвоение норм нравственных отношений между коллегами, между сотрудниками и клиентами в процессе делового общения;
5. формирование понятия этичности служебного поведения и поступков;
6. усвоение требований делового этикета применительно к различным ситуациям в деловом общении;
7. овладение знаниями о специфике научных коммуникаций и принципах их реализации в учебной и педагогической деятельности.

Для успешного освоения дисциплины «Деловые и научные коммуникации», магистрант должен:

1. **Знать:** принципы приобретения и использования новых знаний и умений.
2. **Уметь:** самостоятельно приобретать и использовать новые знания и умения; использовать современный понятийный аппарат общественных наук для освоения элементарных профессиональных навыков.
3. **Владеть:** способностью готовить аналитические материалы для управления бизнес-проектами и оценки их эффективности.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

**Общекультурных компетенций:**

ОК-5 - способностью к самостоятельному обучению новым методам исследования, к изменению научного и научно-производственного профиля своей профессиональной деятельности;

ОК-6 - способностью самостоятельно приобретать с помощью информационных технологий и использовать в практической деятельности новые знания и умения, в том числе в инновационных областях, непосредственно не связанных со сферой деятельности, расширять и углублять.

**Общепрофессиональных**:

ОПК-1 - готовностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач профессиональной деятельности;

ОПК-3 - способностью самостоятельно осуществлять поиск и выбор инноваций, анализировать и оценивать экономическую эффективность профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной).

**Профессиональных:**

ПК-2 - готовностью разрабатывать и оценивать эффективность инновационных технологий профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логической, или товароведной);

ПК-8 - способностью самостоятельно обрабатывать, интегрировать и представлять результаты научно-исследовательских работ.

**Содержание разделов дисциплины**

**Раздел 1. Деловые коммуникации**

Предмет дисциплины «Деловые и научные коммуникации». Деловая коммуникация как разновидность специализированной коммуникации. Функции деловых коммуникаций. Концептуальные подходы к коммуникациям. Деловые и научные коммуникации как проблема междисциплинарных исследований. Коммуникология как наука и практика. Управление организационными коммуникациями. Значение организационных коммуникаций. Управление межличностными коммуникациями. Пути совершенствования межличностных коммуникаций. Коммуникационная политика организации. Тенденции развития современных коммуникативных технологий. Деловые переговоры. Стратегии ведения переговоров. Этапы переговорного процесса. Деловое совещание. Организационная схема делового совещания. Публичное выступление. Управление вниманием. Приёмы привлечения внимания. Сущность деловой переписки.

*Формируемые компетенции: ОК-6, ОПК-1,ОПК-3, ПК-2.*

**Раздел 2. Научные коммуникации**

Научная коммуникация как разновидность специализированной коммуникации. Понятие «научная коммуникация». Классические и инновационные формы научной коммуникации. Понятие «научное сообщество». Научно-техническая информация. Научно-исследовательские группы. Научные школы, научные кружки, междисциплинарные научные объединения. Основные направления коммуникаций в производственных и научных организациях. Кафедра как рабочая группа. Особенности групповых коммуникаций в системе науки и образования. Классические формы научной коммуникации. Научно-исследовательские группы. Научные школы, научные кружки, междисциплинарные научные объединения. Инновационные формы коммуникаций: презентации, «круглые столы», пресс-конференции, брифинги. Особенности публичных выступлений в научной среде. Доклады, выступления на научных конференциях и конгрессах. Информационные системы в современной науке. Значение Веб-сайтов, Интернет-конференций, Интернет-форумов в науке. «Невидимые колледжи», «виртуальные коллективы» и «виртуальные лаборатории». Коммуникации и становление научной специальности. Электронные библиотеки в системе виртуальных коммуникаций

*Формируемые компетенции: ОК-5, ОПК-1,ОПК-3, ПК-8.*

**Объем дисциплины 2 з.е./72 часа, контактные часы 14, в том числе аудиторных часов 14: 4 часов лекций, 10 часа практических и семинарских занятий. Интерактивные формы обучения 8 часов.**

**Форма промежуточного контроля: 1 сем. – зачет.**

**Семестр – 1.**

Разработчик: к.э.н, доцент кафедры менеджмента и права О.И. Агеева