

# *ФОРМЫ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО ОБЩЕНИЯ*



*Подготовила:*

*ШАФИРОВА АННА*

*Управленческое общение* — это особый вид общения, который реализуется в совместной профессиональной деятельности людей и содержание которого определяется социально значимым предметом общения, взаимным психологическим влиянием субъектов общения и принципом их взаимодействия.



*Форма* управленческого общения составляет важнейший структурный элемент делового общения. Она характеризует способ реализации коммуникативного процесса делового общения. Одно и то же информационное содержание делового общения может быть реализовано на основе различных способов коммуникации и совместной деятельности деловых партнеров: деловой беседы, совещания, переговоров, пресс-конференции, публичного выступления, презентации, дискуссии.



Все эти способы представляют собой различными формами делового общения. Например, обсуждение какого-либо образовательного или финансового проекта может проходить в форме деловой беседы или делового совещания, деловых переговоров. При этом подбирается оптимальная форма делового общения, соответствующая наиболее эффективной реализации информационного содержания делового общения.



Наиболее распространенная и общепринятая форма делового общения в современной деловой практике — деловая беседа. Ее особенность состоит в том, что она представляет собой диалоговую форму коммуникации, в которой межличностное общение деловых партнеров ограничено пространственно-временными рамками.



В современной деловой практике в качестве важной формы делового общения используется **деловое совещание**. В отличие от деловой беседы деловое совещание как форма деловой коммуникации применяется тогда, когда необходимо совместное коллективное обсуждение какой-либо социально значимой проблемы.



*По сравнению с деловой беседой численность субъектов общения здесь, как правило, возрастает. Меняются также направленность коммуникаций и их частота. Определяющее психологическое влияние в деловом совещании исходит от коммуникативного лидера, которым может быть официальный руководитель или ведущий сотрудник. Особое значение для делового совещания имеет организация пространственно-временной среды общения участников совещания. Расположение деловых партнеров должно способствовать их наилучшей вербальной и невербальной коммуникации, а временные рамки желательно ограничить двумя часами.*



Важно учитывать и психологическую совместимость участников делового совещания. В особенности это касается часто конфликтующих деловых партнеров, которым желательно занять за столом переговоров не конкурирующе-оборонительную позицию, а угловую или кооперативную.





## ***Выделяют несколько основных типов делового совещания:***

- **оперативные** — по решению ситуационных вопросов;
  - **организационные** — по координации действий структурных подразделений;
- **планирующие** — определяющие стратегию и тактику деятельности;
  - **мотивационные** — по стимулированию производительности труда;
- **контролирующие** — по контролю за результатами деятельности.



Особая форма делового общения — пресс-конференция. Она применяется тогда, когда необходимо ознакомить общественность с точкой зрения предприятия, организации, фирмы или представителей государственных структур на какую-либо социально значимую проблему. Пресс-конференция может применяться и в целях создания позитивного корпоративного имиджа.



**Особенность пресс-конференции как формы делового общения** состоит в том, что она организуется как кратковременная официальная встреча с представителями СМИ, которая длится, как правило, не более часа. Ее коммуникативная структура включает ведущего коммуникатора (докладчика или выступающего с заявлением от какой-либо организации), экспертов и представителей прессы, телевидения, радио, которые в качестве субъектов общения участвуют в пресс-конференции.



*Важнейшей формой делового общения являются деловые переговоры. В отличие от других форм делового общения деловые переговоры имеют более жесткие формально-ролевые и статусные рамки. Следование деловому протоколу здесь обязательно, полномочия участников деловых переговоров определены более четко и конкретно специальной инструкцией.*



**Принято различать два вида деловых переговоров:**

*1) спонтанные (импровизированные) 2) спланированные (к которым готовятся заранее).*

Их структура детерминируется последовательностью в них коммуникативных контактов и связей деловых партнеров. Она включает начало переговоров, согласование их тематики, изложение и обсуждение точек зрения, соглашение.



# **ПРАВИЛА ПОДГОТОВКИ И ПРОВЕДЕНИЯ ДЕЛОВЫХ ПЕРЕГОВОРОВ**

Перед началом переговоров очень важно для их успешного исхода создать благоприятный психологический климат. Существуют несколько эффективных приемов, которые позволяют в самом начале переговоров быстро расположить к себе вашего партнера и при необходимости безболезненно для его самолюбия склонить к вашей точке зрения.



В самом начале переговоров следует ненавязчиво внушить партнеру сознание или его собственной значимости, или авторитета фирмы, которую он представляет. Но делать это следует искренне, не сбиваясь на дешевые комплименты. Глубочайшим стремлением, присущим человеческой природе, является желание быть значительным. Каждый человек стремится быть оцененным по достоинству. Таким образом, чтобы стать хорошим собеседником и сразу завоевать расположение делового партнера, необходимо прежде всего внушить ему сознание его собственной значимости.



*Во время деловых переговоров очень важно проявлять исключительное внимание к партнеру. В этом заключается один из наиболее важных секретов успеха во взаимоотношениях деловых людей. Говорить нужно о том, что больше интересует вашего партнера, или о том, что он хорошо знает. Задавайте те вопросы, на которые вашему партнеру будет приятно отвечать.*





*Во время переговоров бывает очень трудно отстаивать свою точку зрения. Однако никоим образом нельзя делать это с помощью спора, поскольку известно, что в девяти случаях из десяти спор заканчивается тем, что каждый из его участников еще больше, чем прежде, убеждается в собственной правоте.*



*Если вы спорите или возражаете, то вы можете иногда одержать победу, но победа эта будет бессмысленной, потому что таким образом вы не добьетесь расположения собеседника. Именно поэтому следует решать самим, что для вас является более предпочтительным: показная победа или расположение собеседника.*

