

Тема 7
Лекция № 10

Правила деловых отношений.

Дисциплина

«Этика и психология семейных и деловых отношений»

Доцент Юсупова Ф.А.



Управление деловым общением

Управление общением — это многообразные формы и методы управления взаимодействием людей.

1. В процессе делового общения благодаря установившимся контактам происходит восприятие людьми каких-то сведений, настроений, распространение или пресечение слухов, поддержка или развенчание источника информации.
2. При общении происходит взаимодействие, по меньшей мере, двух личностей, общение — вид самостоятельной человеческой деятельности, и атрибут других ее видов.
3. Деловое общение — важнейший фактор не только становления и самосовершенствования работника, но и его духовного и физического здоровья.
4. Общение — универсальный способ познания других людей, их внутреннего мира.
5. Благодаря деловому общению работник приобретает свой неповторимый набор личностно-деловых качеств.

Функции делового общения:

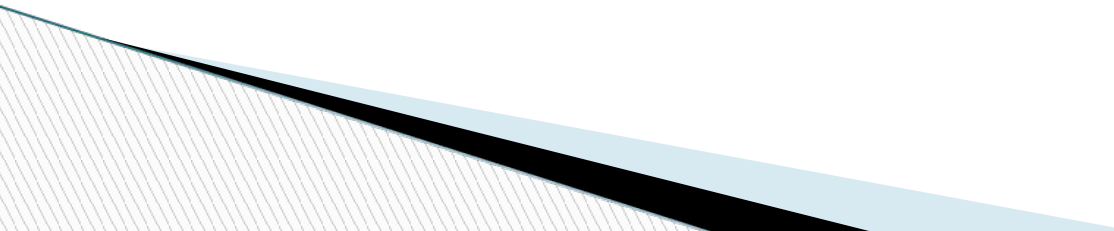
Организация
совместной
деятельности

Формирование и
развитие
межличностных
отношений

Познание
людьми друг
друга

Все это невозможно осуществить **без коммуникативной техники общения**,
степень владения которой является самым главным критерием
профессиональной пригодности работника кадровой службы

Работник кадровой службы, как профессионал, должен уметь:

1. формулировать цели и задачи общения;
 2. организовывать общение;
 3. разбирать жалобы и заявления;
 4. владеть навыками и приемами, тактикой и стратегией общения;
 5. вести переговоры, управлять деловым совещанием;
 6. предупреждать конфликты и разрешать их;
 7. доказывать и обосновывать, аргументировать и убеждать, достигать согласия, вести беседу, дискуссию, диалог, спор;
 8. осуществлять психотерапию, снимать стресс, чувство страха у собеседника, управлять его поведением.
- 

Социально-психологические методы управления общением

1. Заражение — это бессознательное, стихийное принятие личностью определенного психологического состояния.

2. Внушение — это активное воздействие одного субъекта на другого. Внушение происходит при условиях авторитетности источника внушения, доверия к источнику внушения, отсутствия сопротивления внушающему воздействию.

Это **приведение путем слова или каким-то другим способом в определенное психологическое состояние (настроение, впечатление, действия) другого лица при отвлечении его волевого внимания и сосредоточения.**

3. Подражание — это воспроизводство одним человеком определенных образцов поведения, манеры говорить и т. п. другого человека.

Самое массовое проявление подражания — следование **моде**, и особенно неосмысленное копирование манеры одеваться, говорить и держать себя наподобие всевозможных кумиров в молодежной среде.

Социально-психологические методы управления общением

4. **Убеждение** — это целенаправленное воздействие, оказываемое с целью трансформировать взгляды одного человека в систему воззрений другого, является главным методом воздействия на сознательную сферу личности.

Его назначение — активизация мышления личности при усвоении информации, формирование у нее убежденности.

5. **Принуждение** по сравнению с предыдущими методами — это наиболее насильственный метод воздействия на людей, так как предполагает стремление заставить человека вести себя вопреки его желанию и убеждениям.

В основе принуждения лежит страх перед наказанием и другими нежелательными для индивида последствиями.

Этически принуждение может быть оправдано в исключительных случаях, в частности, если дело доходит до нарушения правопорядка или установленных в обществе моральных норм.

Как бы ни был профессионально подготовлен руководитель, он обязан постоянно совершенствовать свою технологию общения с людьми, как на массовом, так и на индивидуальном уровне.

Найти свой стиль в общении с людьми — важное условие успеха.

Факторы, влияющие на выбор стиля общения:

1. состав аудитории. Здесь полезно принимать во внимание все то, что характеризует ее культурно-образовательные, национальные, возрастные, психологические и профессиональные качества.

Различные аудитории предполагают специфические подходы к достижению наилучшего коммуникационного воздействия.

Факторы, влияющие на выбор стиля общения:

2. содержание и характер материала выступления.

Например, в выступлении, в котором рассматриваются актуальные вопросы профессиональной деятельности, недопустим авторитарный тон, безапелляционность высказываний.

Необходимо проявлять больше доверия к людям, советоваться с ними в процессе выступления.

Здесь допустим доверительный обмен мнениями, открытое желание взаимно обогатиться знаниями — надежный вариант коммуникационного общения.

Факторы, влияющие на выбор стиля общения:

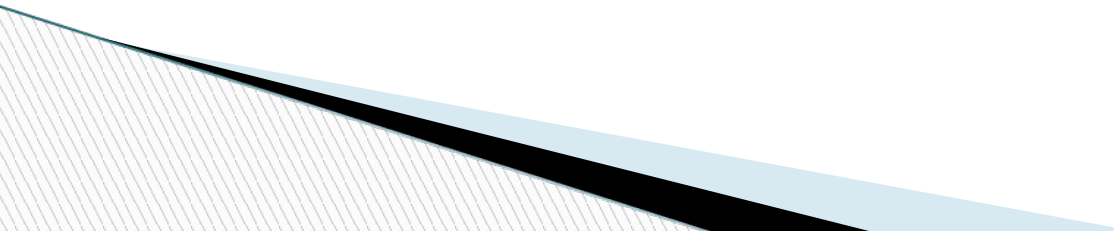
3. объективная самооценка выступающего своих личностно-деловых качеств, научной компетенции в тех проблемах, с которыми он вышел к людям.

Важно не переоценивать и не занижать свою научно-экономическую и практическую подготовленность.

Следует самокритично оценить свои коммуникабельные качества.

Выступающему следует серьезно задумываться над техникой общения, контролировать себя в процессе общения.

Виды делового общения

1. **менторский** — поучительный, назидательный;
 2. **одухотворяющий** — возвышающий людей, вселяющий в них веру в свои духовные силы и личностные качества;
 3. **конфронтационный** — вызывающий у людей желание возражать, не соглашаться;
 4. **информационный** — ориентированный на передачу слушателям определенных сведений, восстановление в их памяти каких-то знаний.
- 

Принципы делового общения:

1. Принцип создания условий для выявления творческого потенциала и профессиональных знаний личности;
2. Принцип полномочий и ответственности;
3. Принцип поощрения и наказания;
4. Принцип рационального использования рабочего времени.

Принципы и приемы использования рабочего времени.

Суть принципа приоритетов проста: распределять дела в порядке их значимости и начинать с самого существенного.

Согласно принципу итальянского экономиста В. Парето, в процессе работы за 20% расходуемого времени достигается 80% результатов, а за остальные 80% лишь 20% их.

Коммуникативная культура в деловом общении

Коммуникативная культура — это знания, умения, навыки в области организации взаимодействия людей и собственно взаимодействия в деловой сфере, позволяющие устанавливать психологический контакт с деловыми партнерами, добиваться точного восприятия и понимания в процессе общения, прогнозировать поведение деловых партнеров, направлять поведение деловых партнеров к желательному результату.

В основе коммуникативной культуры лежат общепринятые нравственные требования к общению, неразрывно связанные с признанием неповторимости, ценности каждой личности:

- вежливость,
- корректность,
- тактичность,
- скромность,
- точность,
- предупредительность.

Вежливость — это выражение уважительного отношения к другим людям, их достоинству, проявляющееся в приветствиях и пожеланиях, в интонации голоса, мимике и жестах.

Антипод вежливости — грубость. Грубые взаимоотношения являются не только показателем низкой культуры, но и экономической категорией. Подсчитано, что в результате грубого обхождения работники теряют в производительности труда в среднем около 17%.

Корректность — умение держать себя в рамках приличия в любых ситуациях, прежде всего, конфликтных.

Особенно важно корректное поведение в спорах, в ходе которых осуществляется поиск истины, появляются новые конструктивные идеи, проверяются мнения и убеждения.

Однако если спор сопровождается выпадами против оппонентов, он превращается в обычную свару.

Тактичность также является одной из важных составляющих коммуникативной культуры.

Чувство такта — это прежде всего чувство меры, чувство границ в общении, превышение которых может обидеть человека, поставить его в неловкое положение.

Бестактными могут быть замечания по поводу внешнего вида или поступка, сочувствие, выраженное в присутствии других по поводу интимной стороны жизни человека и т. д.

Скромность в общении означает сдержанность в оценках, уважение вкусов, привязанностей других людей.

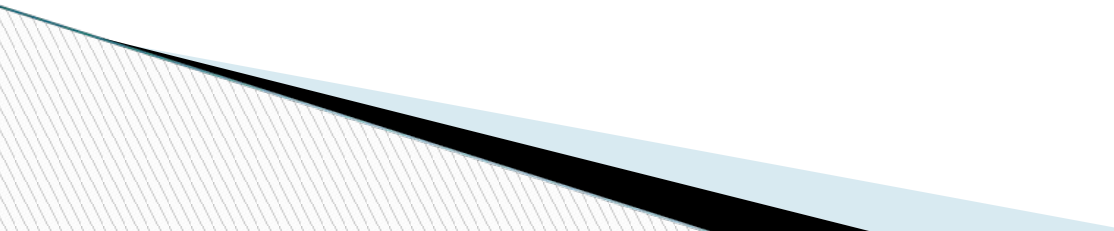
Антиподами скромности являются высокомерие, развязность, позерство.

Точность также имеет большое значение для успеха деловых отношений. Без точного выполнения данных обещаний и взятых обязательств в любой форме жизнедеятельности дела вести трудно.

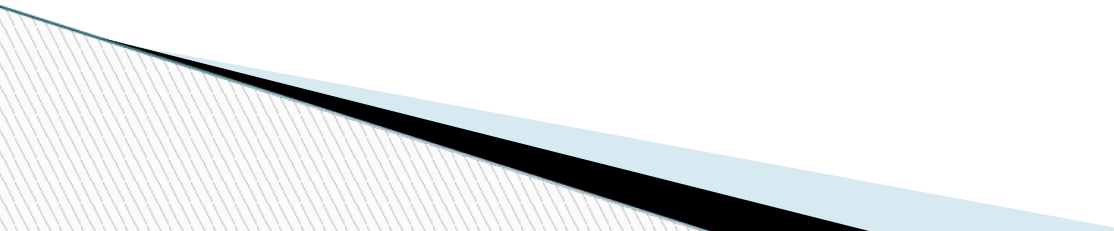
Неточность нередко граничит с аморальным поведением — обманом, ложью.

Предупредительность — это стремление первым оказать любезность, избавить другого человека от неудобств и неприятностей.

Высокий уровень коммуникативной культуры определяется наличием у субъекта общения следующих личностных качеств:

1. **эмпатия** — умение видеть мир глазами других, понимать его так же, как они;
 2. **доброжелательность** — уважение, симпатия, умение понимать людей, не одобряя их поступки, готовность поддерживать других;
 3. **аутентичность** — способность быть самим собой в контактах с другими людьми;
 4. **конкретность** — умение говорить о своих конкретных переживаниях, мнениях, действиях, готовность отвечать однозначно на вопросы;
 5. **инициативность** — способность «идти вперед», устанавливать контакты, готовность браться за какие-то дела в ситуации, требующей активного вмешательства, а не просто ждать, когда другие начнут что-то делать;
- 

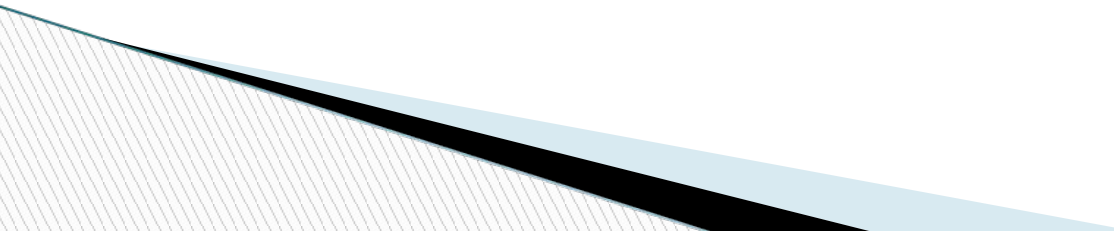
Высокий уровень коммуникативной культуры определяется наличием у субъекта общения следующих личностных качеств:

6. **непосредственность** — умение говорить и действовать напрямую;
 7. **открытость** — готовность открывать другим свой внутренний мир и твердая убежденность в том, что это способствует установлению здоровых и прочных отношений с окружающими, искренность;
 8. **принятие чувства** — умение выражать свои чувства и готовность принимать эмоциональную экспрессию со стороны других;
 9. **самопознание** — исследовательское отношение к собственной жизни и поведению, готовность принимать от людей любую информацию о том, как они воспринимают тебя, но при этом быть автором самооценки.
- 

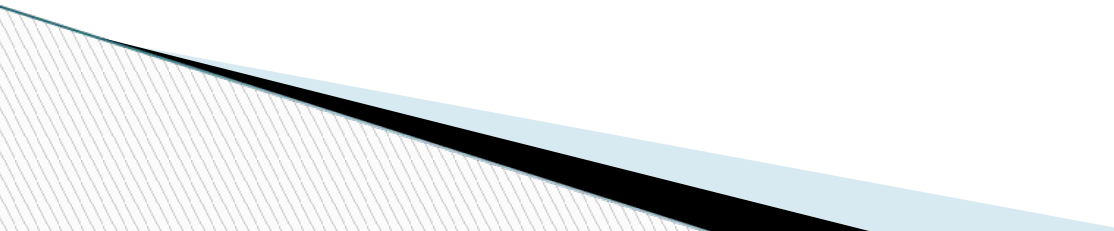
Человек начинает лучше понимать других, если познает следующие аспекты собственной личности:

1. собственные потребности и ценностные ориентации, технику личной работы;
2. свои перцептивные умения, т. е. способность воспринимать окружающее без субъективных искажений, без проявления стойких предубеждений в отношении тех или иных проблем, личностей, социальных групп;
3. готовность воспринимать новое во внешней среде;
4. свои возможности в понимании норм и ценностей других социальных групп и других культур;
5. свои чувства и психические состояния в связи с воздействием факторов внешней среды;
6. свои способы персонализации внешней среды, т. е. основания и причины, по которым что-то во внешней среде рассматривается как свое, в отношении которого проявляется чувство хозяина.

Повышение уровня коммуникативной культуры должно быть направлено на развитие следующих социально-психологических умений:

1. психологически верно и ситуативно обусловленно вступать в общение;
 2. поддерживать общение, стимулировать активность партнера;
 3. психологически точно определять «точку» завершения общения;
 4. максимально использовать социально-психологические характеристики коммуникативной ситуации, в рамках которой разворачивается общение;
 5. прогнозировать реакции партнеров на собственные действия;
 6. психологически настраиваться на эмоциональный тон собеседника;
 7. овладевать и удерживать инициативу в общении;
- 

Повышение уровня коммуникативной культуры должно быть направлено на развитие следующих социально-психологических умений:

8. провоцировать «желательную реакцию» партнера по общению;
 9. формировать и «управлять» социально-психологическим настроением партнера по общению;
 10. преодолевать психологические барьеры в общении;
 11. снимать излишнее напряжение;
 12. психологически и физически «соответствовать» собеседнику;
 13. адекватно ситуации выбирать жесты, позы, ритм своего поведения;
 14. мобилизовываться на достижение поставленной коммуникативной задачи.
- 

Культура речи

Не менее важными составляющими коммуникативной культуры являются знания, умения и навыки, относящиеся к речевой деятельности, т. е. культура речи.

В речевой деятельности можно выделить три стороны: содержательную, выразительную и побудительную.

Содержательная сторона речи характеризуется богатством, значительностью и доказательностью мыслей.

Выразительность речи связана с ее эмоциональной окрашенностью: речь может быть яркой, образной, энергичной или, наоборот, сухой, вялой, тусклой.

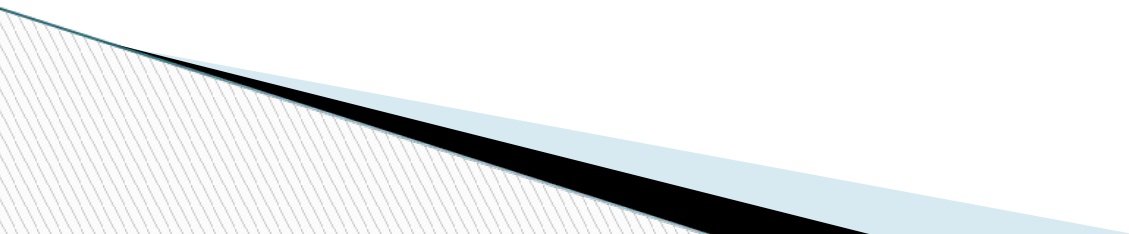
Побудительная сторона речевой деятельности состоит во влиянии ее на мысли, чувства и волю слушателя. От уровня речевой культуры, охватывающей содержательную, выразительную и побудительную стороны, зависит степень восприятия речи слушателями.

Культура речи

К числу основных показателей культуры речи в деловом общении можно отнести:

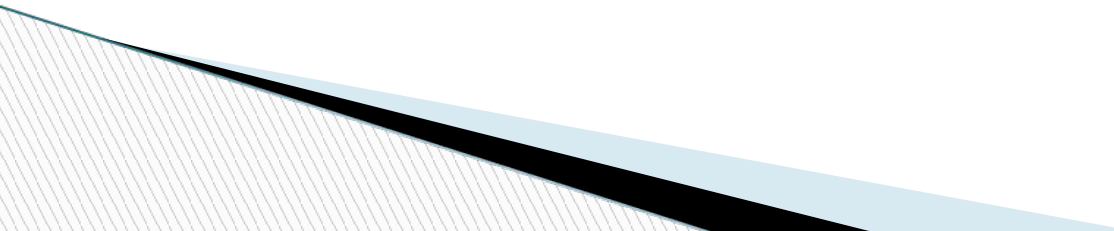
1. **словарный состав** (исключаются оскорбляющие слух (нецензурные), жаргонные слова, диалектизмы);
2. **словарный запас** (чем он богаче, тем ярче, выразительнее, разнообразнее речь, тем меньше она утомляет слушателей, тем больше впечатляет, запоминается и увлекает)
3. **произношение** (нормой современного произношения в русском языке является старомосковский диалект);
4. **грамматика** (деловая речь требует соблюдения общих правил грамматики, а также учета некоторых специфических отличий; в частности, центральное место в деловой речи должно быть занято существительными, а не глаголами);
5. **стилистика** (к хорошему стилю речи предъявляются такие требования, как недопустимость лишних слов, правильный порядок слов, отсутствие стандартных, избитых выражений).

Правила подготовки публичного выступления



Правила подготовки публичного выступления

Группы правил подготовки к публичному выступлению:

1. Предварительная отработка навыков риторики.
 2. Непосредственная подготовка к публичному выступлению.
 3. Правила изучения навыков поведения во время выступления.
- 

1. Предварительная отработка навыков риторики.

может предусматривать несколько искусственных приемов, позволяющих поддерживать оратору повседневную общую готовность к работе с аудиторией. Эти приемы могут помочь человеку не только в его деловых отношениях, но и развить навыки хорошего рассказчика в сфере непрофессионального, бытового общения.

Искусственные приемы, позволяющие поддерживать общую готовность к работе с аудиторией

1. Выступление перед воображаемой группой слушателей с предварительно заданными тематикой и составом аудитории.
2. Краткое изложение выбранного текста.
3. Использование аудио- или видеозаписи собственных выступлений .
4. Отработка определений каких-либо терминов и понятий.
5. Использование опыта ведущих ораторов

2. Непосредственная подготовка к публичному выступлению

является весьма важным этапом отработки правил и навыков риторики. При непосредственной подготовке к выступлению следует в первую очередь уделить внимание его структуре. Ее значение может быть не так велико, если вы сталкиваетесь с необходимостью короткого, оперативного, сугубо информационного выступления продолжительностью менее минуты. Во всех остальных случаях актуальность структурирования выступления возрастает.

В общем случае может быть рекомендована *следующая структура выступления*, которая корректируется и наполняется конкретным содержанием в зависимости от тематики, регламента выступления, подготовленности слушателей и т. п.:

1. вступление, стержневая идея доклада;
2. краткая история рассматриваемого вопроса;
3. тенденции развития проблемы;
4. накопленный опыт (положительный и отрицательный) решения рассматриваемых вопросов;
5. предложения по решению проблемы;
6. заключение.

В процессе подготовки к выступлению необходимо проработать вопрос **о сочетании его отдельных структурных частей с различными стилистическими формами повышения выразительности речи.** Так, например, стоит продумать варианты использования различной тональности выступления применительно к краткой истории рассматриваемого вопроса и к тенденциям развития проблемы.

При подготовке к выступлению следует специально обратить внимание на **целесообразные формы использования цифрового материала.** Необходимо помнить, что абсолютные цифровые данные, характеризующие, как правило, объемные показатели, на слух воспринимаются тяжело. Более того, их чрезмерное применение в докладе может снизить интерес аудитории, поэтому абсолютные, объемные показатели следует представлять в виде наглядного табличного материала (если это необходимо по тематике и содержанию выступления), а в речевом варианте использовать относительные цифровые данные в виде коэффициентов, индексов, процентов и т. п.

3. Правила изучения навыков поведения во время выступления

1. Поведение во время выступления должно способствовать достижению его целей, реализации подготовленного плана выступления (при необходимости — его оперативной корректировке), использованию продуманных заранее преимуществ устной речи.
2. В то же время манера поведения выступающего не должна отвлекать слушателей от целостного восприятия сообщения. Поведение докладчика должно быть естественным, соответствующим проблематике выступления и составу аудитории.
3. Опытные ораторы заранее делают на полях тезисов доклада соответствующие пометки, касающиеся отдельных элементов поведения. Например, зная особенность некоторых докладчиков терять чувство времени и превышать заданную продолжительность выступления, можно рекомендовать им делать пометки типа: «Следить за регламентом».
4. Продуктивному анализу собственного поведения во время выступления может служить его видеозапись. Если нет возможности осуществить ее в ходе реальной встречи с аудиторией, можно воспользоваться записью во время отработки навыков риторики перед воображаемыми слушателями. Перед выступлением можно призвать на помощь «доверенное» лицо, которое после доклада проведет разбор ошибок в поведении оратора.

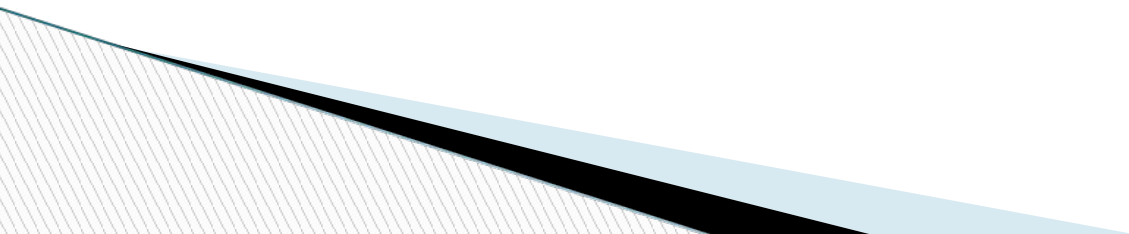
3. Правила изучения навыков поведения во время выступления

Еще раз следует сказать, что подготовка к выступлению является важным этапом отработки навыков и правил риторики.

Зачастую этот этап игнорируется из-за дефицита времени или излишней самоуверенности в собственных силах.

Нередко о профессиональных качествах специалиста судят по его выступлению, которое, в свою очередь, служит средством самореализации, является возможностью заявить о себе!!!!

Правила подготовки и проведения деловой беседы



Правила подготовки и проведения деловой беседы

Деловая беседа — процесс общения с использованием вербальной и невербальной связей, направленный на решение вопросов производственной деятельности. Правила подготовки и проведения деловой беседы представляют собой основные действия, предпринимаемые в определенной последовательности и взаимосвязи, направленные на достижение цели беседы и создание положительного образа участников.

Навыки ведения беседы возможно отрабатывать в любой приемлемой для этого обстановке.

В качестве тренировочного «полигона» можно использовать бытовую беседу с родственниками, друзьями, знакомыми, поскольку с определенным допущением и корректировкой, исключая производственный уклон, правила ведения деловой беседы применимы и в повседневной обстановке.

Естественно, любую встречу с коллегами в производственной обстановке можно использовать для тренинга проведения деловой беседы.

Правила подготовки и проведения деловой беседы

Деловая беседа

Чаще всего участники деловых бесед допускают следующие ошибки:

1. пренебрежение этапом подготовки к беседе, на котором закладываются возможные элементы модели будущей беседы;
2. невнимательное отношение к отдельным, незначительным с субъективной точки зрения некоторым участникам, правилам ведения или подготовки беседы.

Так, например, отсутствие должного внимания к выбору места проведения беседы может привести к тому, что несоответствующая ситуации обстановка и даже взаиморасположение участников сведут на нет успешность деловой беседы.

Правила подготовки и проведения деловой беседы

Деловая беседа

Навыки ведения деловой беседы не приходят в результате механического заучивания правил.

Овладение искусством ее проведения происходит путем неоднократного тренинга как в процессе профессиональной деятельности, так и в повседневной бытовой обстановке.

Этапы: Подготовка к беседе и ее проведение
(практическое занятие).

A pair of human hands is shown from the palm side, held open and facing each other. In the center, between the hands, is a glowing yellow and white silhouette of a family consisting of a man, a woman, and two children. The background is a bright blue sky with white, fluffy clouds. The text 'СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!' is overlaid in red across the center of the image.

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!