

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«УФИМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ НЕФТЯНОЙ
ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Филиал УГНТУ в г. Октябрьском
Кафедра Гуманитарных и социально-экономических наук

Деловое общение и управление им

по дисциплине: «Деловой этикет и культура коммуникаций»

Выполнил: ст. гр. БГБЗ-16-12

Аргинбаев

Проверил: доцент, к.и.н

Э.А. Мухтасарова

2018



СОДЕРЖАНИЕ

1 Общение как социально-психологическая категория

2 Коммуникативная культура в деловом общении

3 Виды делового общения

4 Управление деловым общением

Список использованных источников

1 Общение как социально-психологическая категория

Общение — многоплановый процесс развития контактов между людьми, порождаемый потребностями совместной жизнедеятельности. В едином процессе общения выделяют три стороны:

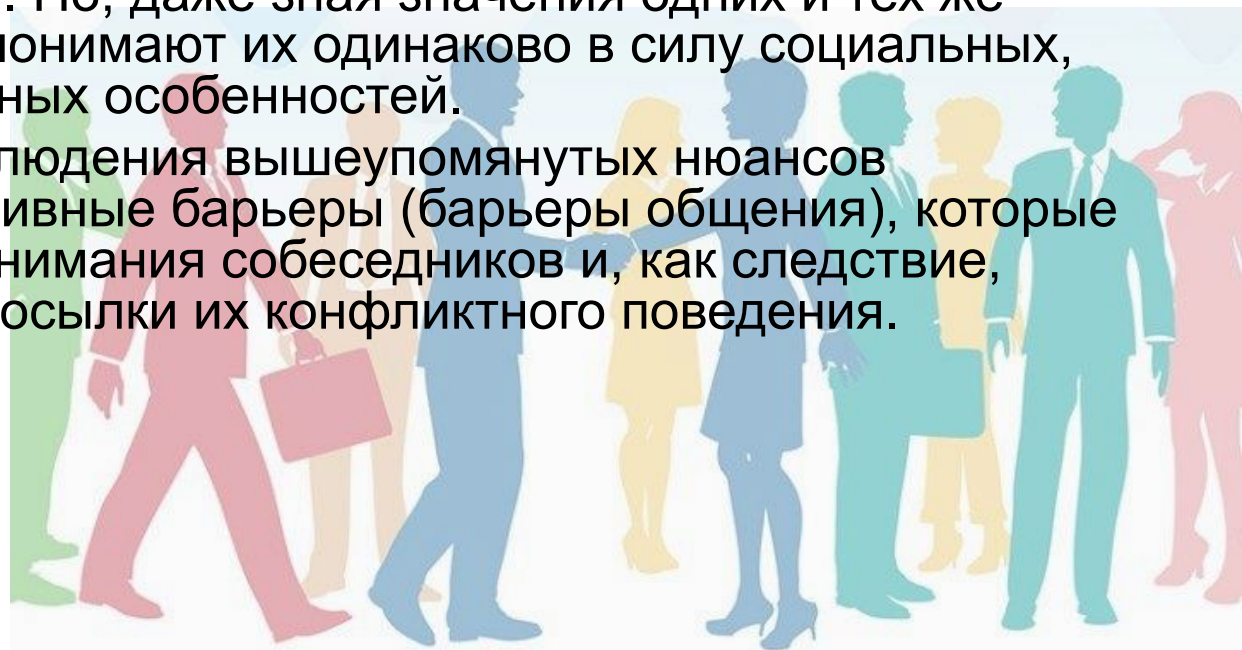
- коммуникативную (обмен информацией);
- интерактивную (взаимодействие общающихся);
- перцептивную (восприятие).

Коммуникативная сторона общения

Предполагает обмен информацией, увязанной с конкретным поведением собеседников. Особую роль для каждого участника общения играет значимость информации при условии, что она не просто принята, но понята и осмыслена.

Коммуникативное влияние как результат обмена информацией возможно тогда, когда участники общения обладают единой системой кодирования. Но, даже зная значения одних и тех же слов, люди не всегда понимают их одинаково в силу социальных, политических, возрастных особенностей.

В результате несоблюдения вышеупомянутых нюансов возникают коммуникативные барьеры (барьеры общения), которые служат причиной непонимания собеседников и, как следствие, могут создавать предпосылки их конфликтного поведения.



Выделяют три формы барьеров общения

1) барьеры непонимания:

- фонетический барьер (невыразительная быстрая или медленная речь, речь-скороговорка, речь с большим количеством звуков-паразитов);
- стилистический барьер (несоответствие стиля речи коммуникатора и ситуации общения или стиля общения и актуального психологического состояния партнера по общению);
- семантический барьер (различие в системах значений слов);
- логический барьер (сложная и непонятная или неправильная логика рассуждений, доказательств);

2) барьеры социально-культурного различия (социальные, политические, религиозные и профессиональные различия, приводящие к разной интерпретации понятий, употребляемых в процессе общения);

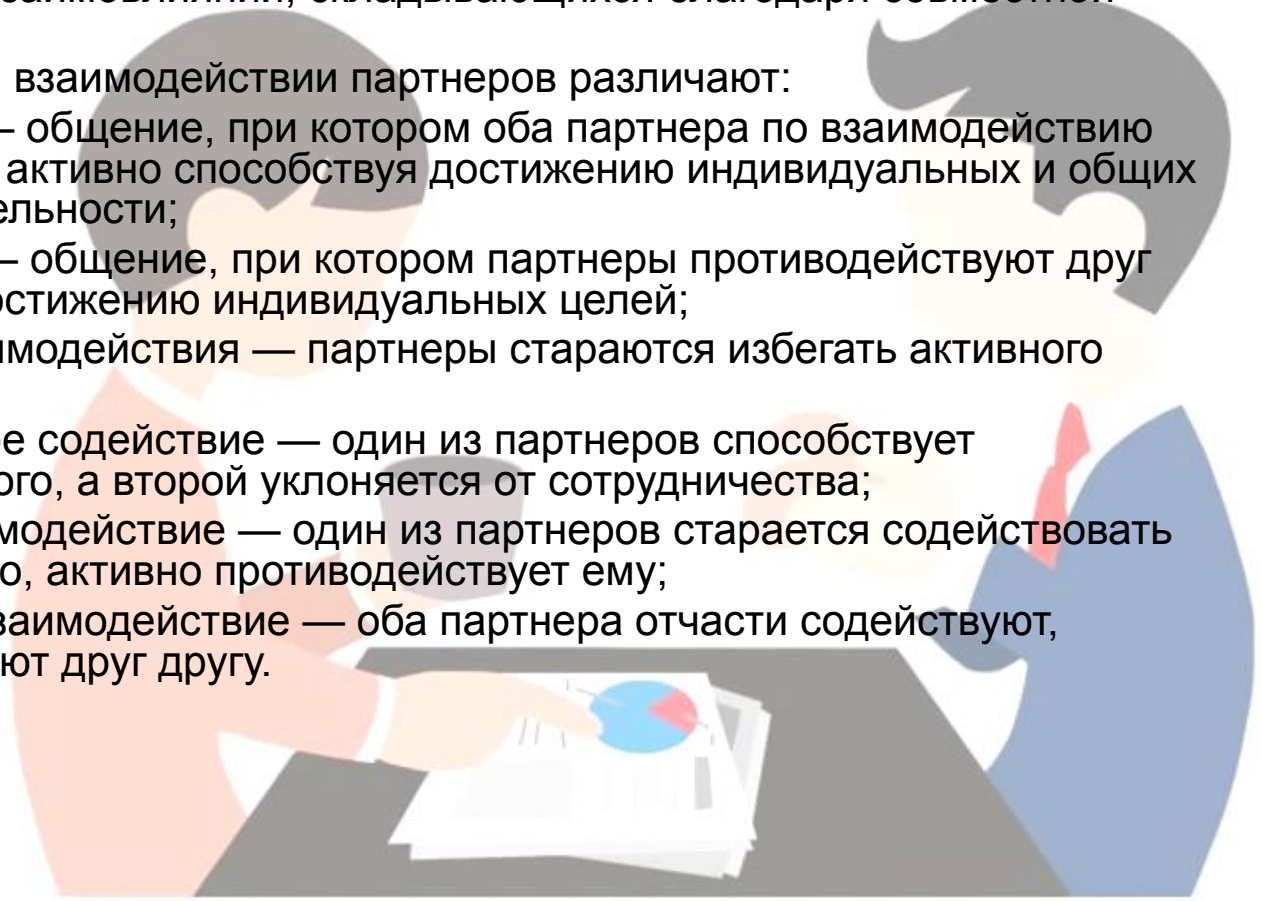
3) барьеры отношений (неприязнь, недоверие к коммуникатору, которое распространяется на передаваемую им информацию).

Интерактивная сторона общения

Заключается в организации взаимодействия между индивидами, т. е. в обмене не только знаниями и идеями, но и действиями. Общение почти всегда предполагает некоторый результат — изменение поведения и деятельности других людей. Здесь общение проявляется как межличностное взаимодействие, т. е. совокупность связей и взаимовлияний, складывающихся благодаря совместной деятельности людей.

При интерактивном взаимодействии партнеров различают:

- Сотрудничество — общение, при котором оба партнера по взаимодействию содействуют друг другу, активно способствуя достижению индивидуальных и общих целей совместной деятельности;
- Противоборство — общение, при котором партнеры противодействуют друг другу и препятствуют достижению индивидуальных целей;
- Уклонение от взаимодействия — партнеры стараются избегать активного сотрудничества;
- Однонаправленное содействие — один из партнеров способствует достижению целей другого, а второй уклоняется от сотрудничества;
- Контрастное взаимодействие — один из партнеров старается содействовать другому, который, однако, активно противодействует ему;
- Компромиссное взаимодействие — оба партнера отчасти содействуют, отчасти противодействуют друг другу.



Перцептивная сторона общения

Означает процесс восприятия друг друга партнерами по общению и установления на этой почве взаимопонимания. В процессе восприятия формируется представление о намерениях, мыслях, способностях, установках, культуре. В этот процесс включены как минимум два человека, и каждый сопоставляет себя с другим, принимая в расчет не только потребности, мотивы и установки другого, но и то, как этот другой понимает собственные потребности, мотивы и установки. Человек осознает себя через другого посредством определенных механизмов перцепции, к которым относятся:

- 1) познание и понимание людьми друг друга (идентификация, стереотипизация, эмпатия, аттракция);
 - Идентификация — это способ познания другого человека, при котором предположение о его внутреннем состоянии строится на основе попыток поставить себя на место партнера по общению.
 - Стереотипизация — это восприятие партнера на основе некоего стереотипа, т. е. прежде всего как представителя определенной социальной группы.
 - Эмпатия — это эмоциональное сопереживание другому человеку. Она основана на умении правильно представить себе, что происходит в душе другого человека, что он переживает, как оценивает окружающий мир.
 - Аттракция (привлечение) — форма познания другого человека, основанная на формировании устойчивого позитивного чувства к нему. В данном случае понимание партнера по общению возникает благодаря формированию привязанности к нему, дружескому или более глубокому интимно-личностному отношению.
- 2) познание самого себя в процессе общения (рефлексия);
 - Рефлексия — это механизм самопознания в процессе общения, в основе которого лежит способность человека представлять, как он воспринимается партнером по общению.
- 3) прогнозирование поведения партнера по общению (каузальная атрибуция).
 - Каузальная атрибуция — механизм интерпретации поступков и чувств другого человека (стремление к выяснению причин поведения субъекта).

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

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

- 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.

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

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

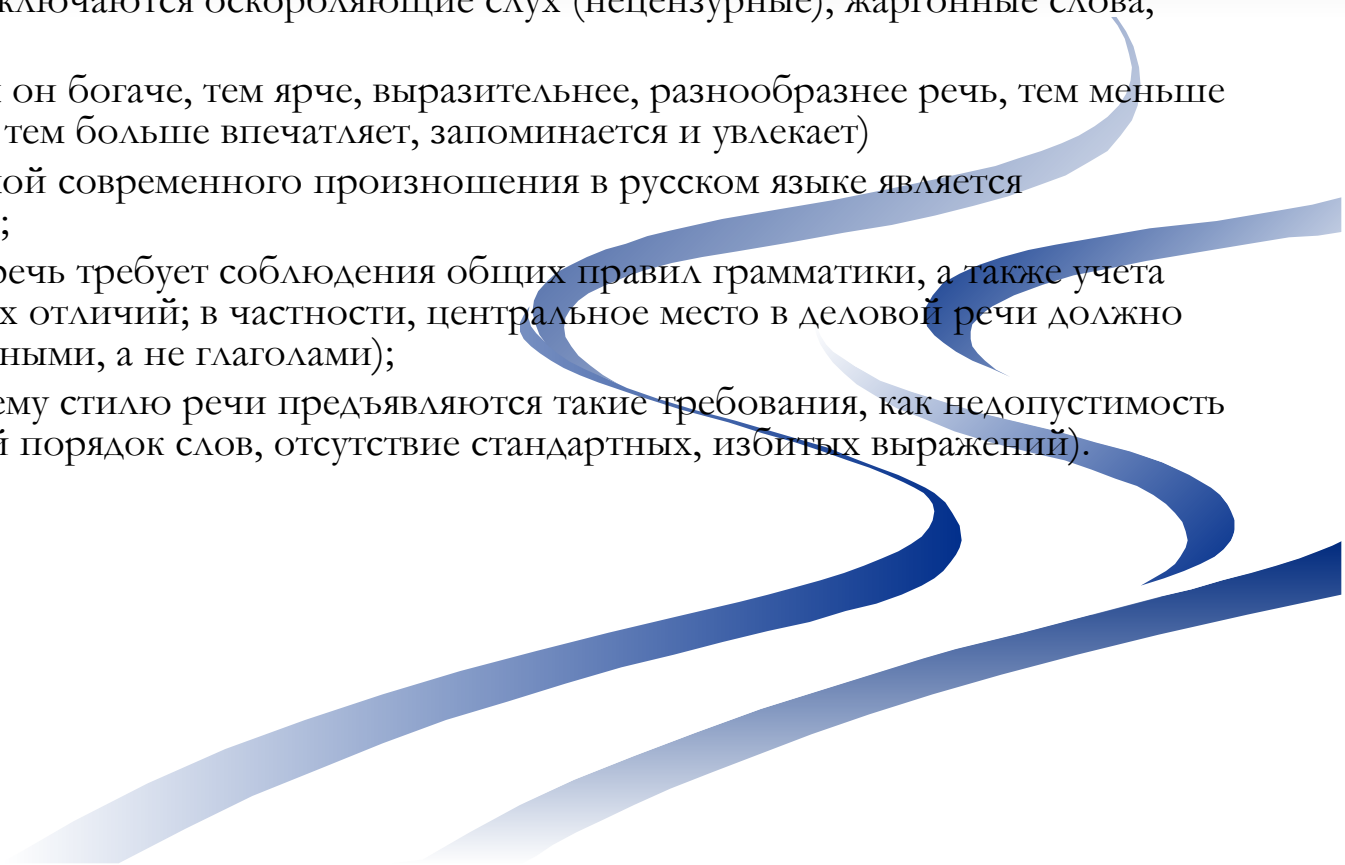
- Предупредительность — это стремление первым оказать любезность, избавить другого человека от неудобств и неприятностей.

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,
- побудительную.

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

- словарный состав (исключаются оскорбляющие слух (нецензурные), жаргонные слова, диалектизмы);
 - словарный запас (чем он богаче, тем ярче, выразительнее, разнообразнее речь, тем меньше она утомляет слушателей, тем больше впечатляет, запоминается и увлекает)
 - произношение (нормой современного произношения в русском языке является старомосковский диалект);
 - 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);
 - стилистика (к хорошему стилю речи предъявляются такие требования, как недопустимость лишних слов, правильный порядок слов, отсутствие стандартных, избитых выражений).
- 

3 Виды делового общения

Деловое общение можно условно разделить на

- прямое - непосредственный контакт;
- косвенное - между партнерами существует пространственно-временная дистанция.

Различают два вида делового общения:

- вербальное общение (от лат. *verbalis* — словесный) осуществляется с помощью слов;
- невербальное общение - средством передачи информации являются позы, жесты, мимика, интонации, взгляды, территориальное расположение и пр.

Выделяют три основных стиля общения:

- ритуальный стиль, в соответствии с которым главной задачей партнеров является поддержание связи с социумом, подкрепление представления о себе как о члене общества.
- манипулятивный стиль, при котором к партнеру относятся как к средству достижения внешних по отношению к нему целей.
- гуманистический стиль, который направлен на совместное изменение представлений обоих партнеров, предполагает удовлетворение такой человеческой потребности, как потребность в понимании, сочувствии, сопереживании.

Деловое общение реализуется в следующих основных формах:

- **Деловая беседа** — передача или обмен информацией и мнениями по определенным вопросам или проблемам. По итогам деловых бесед принятие решений, заключение сделок необязательно.

- **Деловые переговоры** — основное средство согласованного принятия решений в процессе общения заинтересованных сторон. Деловые переговоры всегда имеют конкретную цель и направлены на заключение соглашений, сделок, контрактов.

- **Спор** — столкновение мнений, разногласия по какому-либо вопросу, борьба, при которой каждая из сторон отстаивает свою точку зрения. Спор реализуется в форме диспута, полемики, дискуссии и пр.

- **Деловое совещание** — способ открытого коллективного обсуждения проблем группой специалистов.

- **Публичное выступление** — передача одним выступающим информации различного уровня широкой аудитории с соблюдением правил и принципов построения речи и ораторского искусства.

- **Деловая переписка** — обобщенное название различных по содержанию документов, выделяемых в связи с особым способом передачи текста. Письма, исходящие из вышестоящих организаций, содержат, как правило, указания, уведомления, напоминания, разъяснения, запросы.

4 Управление деловым общением

Управление общением — это многообразные формы и методы управления взаимодействием людей. В процессе делового общения благодаря установившимся контактам происходит восприятие людьми каких-то сведений, настроений, распространение или пресечение слухов, поддержка или развенчание источника информации.

Деловое общение выполняет многообразные функции, главными из которых являются:

- организация совместной деятельности;
- формирование и развитие межличностных отношений;
- познание людьми друг друга.

Социально-психологические методы управления общением:

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

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

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

- 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.

- 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.



Виды делового общения

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

Заключение

Деловое общение — это процесс взаимосвязи и взаимодействия, в котором происходит обмен деятельностью, информацией и опытом. Деловое общение отличается от общения в широком смысле тем, что в его процессе ставятся цель и конкретные задачи, которые требуют своего решения.

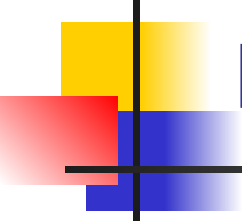
Значительную часть делового общения занимает служебное общение, т. е. взаимодействие людей, осуществляемое в рабочее время, в стенах организации. Однако деловое общение — понятие более широкое, чем служебное, так как включает в себя взаимодействие и наемных работников, и собственников-работодателей, происходит не только в организациях, но и на различных деловых приемах, семинарах, выставках и пр.

Управление общением — это многообразные формы и методы управления взаимодействием людей. В процессе делового общения благодаря установившимся контактам происходит восприятие людьми каких-то сведений, настроений, распространение или пресечение слухов, поддержка или развенчание источника информации.

При общении происходит взаимодействие, по меньшей мере, двух личностей, общение — вид самостоятельной человеческой деятельности, и атрибут других ее видов. Деловое общение — важнейший фактор не только становления и самосовершенствования работника, но и его духовного и физического здоровья. Кроме того, общение — универсальный способ познания других людей, их внутреннего мира.

Благодаря деловому общению работник приобретает свой неповторимый набор личностно-деловых качеств.

Список использованных источников



1. Аминов И.И. Психология делового общения / И.И. Аминов. - М.: Омега-Л, 2006. – 337 с.
2. Ботавина Р.Н. Этика деловых отношений / Р.Н. Ботавина. – М.: Финансы и статистика, 2003. – 208 с.
3. Бороздина Г.В. Психология делового общения / Г.В. Бороздина. -
М.: ИНФРА-М, 2006. – 411с.
4. Зельдович Б.З. Деловое общение / Б.З. Зельдович. – М.: Альфа-Пресс, 2007. – 456 с.
5. Кибанов А.Я. Этика деловых отношений / А.Я. Кибанов, Д.К. Захаров. – М.:ИНФРА-М, 2004. – 368 с.
6. Лавриненко В.Н. Психология и этика делового общения / В.Н. Лавриненко. – М.:ЮНИТИ-ДАНА, 2003. – 415 с.
7. Семенов А.К. Этика менеджмента / А.К. Семенов, Е.Л. Маслова. – М.: Дашков и К, 2007. – 272 с.