

ГОУ ВПО «САРАТОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ИМ. Н.Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО»  
СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ

**Т.А.Пашкина**

# **ДЕЛОВАЯ КОММУНИКАЦИЯ**

**Учебно-методическое пособие**

Саратов  
2014

Пашкина Т.А. Деловая коммуникация: учебно-методическое пособие. – Саратов, 2014. - 44 с.

Учебно-методическое пособие «Деловая коммуникация» продолжает серию пособий Т.А.Пашкиной по деловому общению. В нём рассматриваются базовые понятия деловой коммуникации, ее виды, формы, составляющие невербальной коммуникации, технологии применения которых в разных формах делового общения делают его более продуктивным. Уделено внимание технологиям предотвращения конфликтных ситуаций, коммуникативным приемам формирования имиджа.

Пособие предназначено для студентов - бакалавров, магистров, специалистов - разных направлений обучения, в том числе "Социология", "Государственное и муниципальное управление", "Организация работы с молодежью", "Конфликтология", чья будущая профессия связана с установлением и поддержанием деловых контактов.

Рекомендовано к печати  
кафедрой социологии регионов  
Саратовского государственного университета  
им. Н.Г.Чернышевского,  
рецензент –доктор социологических наук, профессор М.В.Калинникова

©ПашкинаТ.А

## Введение

Знание основ законов человеческой коммуникации стало в наше время обязательным для ведения продуктивной деятельности в любой сфере. Умение понять собеседника, четко выразить свои мысли, создать благоприятную атмосферу и обстановку для общения – все это ценится как социальное умение человека, дающее ему массу преимуществ.

Еще в тридцатые годы XX века Дейл Карнеги отмечал, что успехи того или иного человека в его финансовых делах, в технической сфере или инженерном деле процентов на пятнадцать зависят от его профессиональных знаний и процентов на восемьдесят пять – от его умения общаться с людьми<sup>1</sup>.

Джон Рокфеллер, высоко ценя умение общаться как вид деловой деятельности, говорил: " Умение общаться с людьми – такой же покупаемый за деньги товар, как сахар или кофе. И я готов платить за это умение больше, чем за какой-либо другой товар в этом мире"<sup>2</sup>.

Люди не могут нормально жить, обмениваться опытом, трудовыми и бытовыми навыками, не контактируя друг с другом и не влияя друг на друга. В процессе общения люди не только формируют свои представления о мире, вырабатывают взаимопонимание, находят "общий язык". Общение – это одновременно обмен действиями, поступками, мыслями и чувствами, переживаниями с другими людьми, а также обращение человека к самому себе, к собственной душе, воспоминаниям, совести, мечтам. Для культурно развитого человека общение становится потребностью, его отсутствие воспринимается как тяжкая, невозполнимая утрата. "Тайна" общения состоит в стремлении и умении жить с другими людьми в согласии и доброжелательстве, щедро делаясь с ними богатством собственной души, сердца. Жанр, способ и средства общения имеют нравственный смысл, поскольку раскрывают, насколько развита в человеке способность поставить себя на место и в положение других людей.<sup>3</sup>

В задачи преподавания дисциплин "Деловая коммуникация", "Деловое общение" входит повышение общей культуры слушателей; знакомство с принципами деловой этики и правилами делового этикета; развитие коммуникативных способностей, готовности к эффективному общению с субъектами деловой жизни; выработка умения и навыков делового общения, грамотного использования вербального и невербального компонентов коммуникации, технологий ведения переговоров.

Данное электронное учебно-методическое пособие разработано автором для помощи студентам в обучении теоретическим знаниям и практическим навыкам коммуникативных практик в деловой сфере. Оно состоит из нескольких разделов, содержит тестовые задания, темы для самостоятельной проработки, рекомендуемую к изучению литературу. Пособие предназначено для студентов разных уровней и направлений обучения, в том числе "Социология", "Государственное и муниципальное управление", "Организация работы с молодежью", "Конфликтология", чья будущая профессия связана с установлением и поддержанием деловых контактов.

<sup>1</sup> См. Карнеги Д. Как завоевывать друзей и оказывать влияние на людей. Киев, 1989. – С. 11.

<sup>2</sup> Цит. по: Рогозин Ю.П. Секреты общения. – М., 1991. – С.5.

<sup>3</sup> См.: Словарь по этике. 1983г. – С. 228-229.

## Структура и содержание дисциплины «Деловая коммуникация»

№ п / п	Раздел дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)					Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра) Формы промежуточной аттестации (по семестрам)
				Лекции	Практические	СРС	КСР	Итого	
	<b>Раздел I. Понятие о психологии общения</b>								-
1	Тема 1. Общение как социальная практика	2	1	2	-	2		4	
2	Тема 2. Общение как восприятие, коммуникация и взаимодействие людей	2	2,3	2	2	2		6	опрос
3	Тема 3. Вербальный и невербальный инструментарий деловой коммуникации	2	4,5,6	2	4	4		10	опрос, доклад
4	Тема 4. Понятие, виды и формы деловой коммуникации. Конфликтные ситуации и способы их предотвращения	2	7,8	2	2	4		8	опрос
	<b>Раздел II. Формы деловой коммуникации</b>	2	9-12						
5	Тема 5. Личные и неличные формы и средства делового общения	2	9,10	2	2	2		6	опрос
6	Тема 6. Технологии подготовки и проведения деловых переговоров	2	11,12	2	2	4		8	опрос, доклад
	<b>Раздел III. Деловая этика и этикет</b>	2	13-18						
7	Тема 7. Этика и культура деловых, в т.ч. служебных, коммуникаций	2	13,14	2	2	4	10	18	реферат
8	Тема 8. Правила вербального этикета. Культура телефонного общения	2	15,16	2	2	2		6	опрос, доклад
9	Тема 9. Правила деловой переписки. Ведение совещаний	2		2	2	2		6	опрос, доклад
	<b>ИТОГО:</b>	2		18	18	26	10	72	зачет

## **Раздел 1. Понятие о психологии общения**

### ***Тема 1. Общение как социальная практика***

Роль общения в современном деловом взаимодействии. Психология общения. Структурный анализ общения.

### ***Тема 2. Общение как восприятие, коммуникация и взаимодействие людей***

Общение как восприятие людьми друг друга (перцептивная сторона общения). Идентификация, эмпатия, рефлексия. Барьеры восприятия. Общение как обмен информацией (коммуникативная сторона общения). Общение как взаимодействие (интерактивная сторона общения).

### ***Тема 3. Вербальный и невербальный инструментарий деловой коммуникации***

Значение речевой составляющей в деловом общении. Культура речи. Кинесические и проксемические особенности невербального общения. Межнациональные различия невербального общения. Коммуникативная компетентность. Психологические сигналы при вступлении в контакт с партнером. Техники активного слушания (постановки вопросов, малого разговора, вербализации, регуляции эмоционального напряжения).

### ***Тема 4. Понятие, виды и формы деловой коммуникации.***

#### ***Конфликтные ситуации и способы их предотвращения***

Понятие делового общения. Типы делового общения. Виды и формы делового общения. Общие принципы построения делового общения. Конфликтные ситуации и способы их предотвращения.

## **Раздел II. Формы деловой коммуникации**

### ***Тема 5. Личные и неличные формы и средства делового общения***

Существующая классификация форм, видов и типов делового общения. Неличные и личные формы общения. Средства личного делового общения (деловая беседа, телефонные контакты, совещания, переговоры и т.д.).

### ***Тема 6. Технологии подготовки и проведения деловых переговоров***

Психологические особенности переговорного процесса. Создание благоприятного психологического климата во время переговоров. Техника и тактика аргументирования. Распространенные переговорные ошибки. Типичные манипуляции в переговорном процессе и способы противодействия им. Жесткие переговоры, их признаки. Проксемические особенности расположения партнеров в ходе переговоров.

## **Раздел III. Деловая этика и этикет**

### ***Тема 7. Этика и культура деловых, в том числе служебных, коммуникаций***

Понятие этики делового общения. Особенности этики делового общения традиционного общества. Основные принципы этики делового общения между руководителем и подчиненным (подчиненным и руководителем). Этика делового

общения "по горизонтали". Понятия "этикет", "культура поведения", "деловой этикет". Основные заповеди делового этикета. Деловая репутация.

### ***Тема 8. Правила вербального этикета.***

#### ***Культура телефонного общения***

Вербальный этикет. Имидж делового человека. Культура общения по телефону. Ошибки телефонных переговоров. Правила ведения телефонных разговоров.

### ***Тема 9. Правила деловой переписки.***

#### ***Ведение совещаний***

Разновидности и правила деловой переписки. Этикетные формы, используемые в переписке. Виды совещаний. Основные правила подготовки и проведения совещаний.

## **Методические материалы к разделам**

### **Раздел 1. Понятие о психологии общения**

Социальные контакты людей осуществляются в двух основных видах, которые тесно взаимосвязаны между собой: это деятельность и общение. Результатом деятельности является обычно создание какого-либо материального или идеального предмета, продукта (например, формулировка мысли, идеи, высказывания). Итогом общения становится взаимное влияние людей друг на друга. Содержание категории общения многообразно: это не только вид человеческой деятельности, но и условие, и результат этой же деятельности; обмен информацией, социальным опытом, чувствами, настроениями.

"Общенье, сообщенье, сообщество, взаимное обращение с кем-либо" – такой синонимический ряд приводит В. Даль в своем "Толковом словаре живого великорусского языка" (1905 г. издания, с. 1626), репринтное воспроизведение которого было осуществлено издательством "Прогресс" в 1994 году.

По образному определению К. Маркса, общение – одна из форм человеческого взаимодействия, благодаря которой "индивиды как физически, так и духовно творят друг друга"<sup>4</sup>.

"Общение – взаимодействие двух или более людей, состоящее в обмене между ними информацией познавательного или аффектно – оценочного характера"<sup>5</sup>.

В общении выделяют: содержание, цель, средства, функции, формы, виды, барьеры.

**Содержание** – это информация, которая передается от одного человека к другому в межличностных контактах. Человеческое общение многопредметно и разнообразно по своему содержанию.

**Цель общения** – это то, ради чего у человека возникает данный вид активности. Цель общения – удовлетворение разнообразных потребностей людей: социальных, культурных, познавательных, творческих, эстетических, коммерческих, потребностей интеллектуального роста и т.д.

**Средства общения** – способы передачи, переработки и расшифровки информации, передаваемой в процессе общения. Одним из основных средств

<sup>4</sup> Маркс К., Энгельс Ф. ПСС, т 3. – С. 36.

<sup>5</sup> Психологический словарь. М., 1998. – С.232.

передачи любой информации – бытовой, общественной, художественной - является язык. Информация передается и с помощью невербальных средств (мимика, жесты), и с помощью вещественно-знаковых (одежда, продукция производства).

#### **Функции общения:**

- инструментальная - характеризующая общение как социальный механизм управления и передачи информации, необходимой для исполнения действия,
- интегративная - раскрывающая общение как средство объединения людей;
- трансляционная – функция передачи конкретных способов действия;
- функция самовыражения - определяющая общение как форму взаимопонимания психологического контекста.

**На виды** деловое общение делится на основании определенных характеристик. По способу обмена информацией различают устное и письменное деловое общение. Устные виды делового общения, в свою очередь, разделяются на монологические и диалогические. По такому критерию, как содержание, общение может быть разделено на:

**материальное** – обмен предметами и продуктами деятельности; **когнитивное** – обмен знаниями;

**мотивационное** – обмен побуждениями, целями интересами, мотивами, потребностями;

**деятельностное** – обмен действиями, операциями, умениями, навыками.

По средствам общения возможно деление на такие четыре вида:

**непосредственное** – с помощью голосовых связок, жестикуляции, мимики, поз;

**опосредованное** – с использованием специальных средств, аппаратуры;

**прямое** – предполагает личные контакты и непосредственное восприятие друг другом общающихся людей в самом акте общения;

**косвенное** – осуществляется через посредников, которыми могут выступать другие люди.

Для того чтобы грамотно выполнять свои должностные обязанности, сохранив при этом свое здоровье и не превышая полномочий, чтобы легко устанавливать контакт и взаимопонимание с собеседниками, надо хорошо разбираться в людях, знать основы психологии и способы психологического управления ситуацией. Эти знания полезны для людей любых профессий, т.к. они универсальны.

Посмотрим на процесс общения людей с точки зрения психологических механизмов. В процессе общения люди: 1) воспринимают друг друга (**перцептивная сторона** общения); 2) обмениваются информацией (**коммуникативная сторона** общения); 3) взаимодействуют друг с другом (**интерактивная сторона** общения).

**1. Восприятие и понимание в процессе общения.** Нам приходится иметь дело со знакомыми и незнакомыми людьми. И о каждом из них у нас уже сложилось или складывается представление в процессе восприятия. Восприятие и формирование образа другого человека идет путем **стереотипизации**, т.е. соединения устойчивых представлений о внешних характеристиках (одежда, поведение, манера говорить ...), которые мы можем расшифровать (калибровать) в соответствии с нашим жизненным и социальным опытом. В межличностном

общении психологическими механизмами восприятия и понимания являются **идентификация, эмпатия, рефлексия**.

**Идентификация** – т.е. уподобление себя другому человеку. Это наиболее простой способ понимания партнера по деловому общению. При идентификации мы как бы ставим себя на место другого. Нам становится понятнее его позиция и мы прикидываем, а как бы мы поступили в данной конкретной ситуации.

**Эмпатия** – это сопереживание, понимание на уровне чувств, стремление эмоционально откликнуться на проблемы другого человека. Ситуация другого человека не столько продумывается, сколько прочувствуется. Вы как бы входите внутрь личного мира значений другого человека и стараетесь понять, а правильна ли ваша позиция? Эмпатическое понимание возможно в отношении немногих, так как это достаточно тяжелая нагрузка для психики.

**Рефлексия** – осознание того, как вы воспринимаетесь партнером по общению. Это уже не просто знание другого человека, но и знание того, как он понимает вас.

**2. Следующая сторона общения – обмен информацией (коммуникация).** Коммуникация должна быть эффективной, способствовать достижению целей участников общения. Для этого надо знать: каковы средства коммуникации и как ими правильно пользоваться в процессе общения; как преодолеть коммуникативные барьеры непонимания и сделать коммуникацию успешной.

Все средства общения делятся на две большие группы: **вербальные** (словесные, речевые) и **невербальные** (мимика, жесты, поза), **вещественно-знаковые** (продукция производства, одежда, ...).

На сознательном уровне мы привыкли больше доверять словам, т.е. вербальным средствам общения. На бессознательном – мы очень чутко реагируем на невербальные средства общения, только не всегда знаем, как их расшифровать и оценить. Профессор Бердвиссл установил, что словесное общение в беседе занимает менее 35 процентов, а с помощью невербальных средств передается 65 процентов информации. Между вербальными и невербальными средствами существует своеобразное разделение функций: по словесному – вербальному – каналу передается чистая информация, а по невербальному – отношение к партнеру по общению.

**3. Третья сторона общения – взаимодействие.** Это может быть кооперация, конкуренция или конфронтация.

Практически невозможно выделить "чистую" коммуникацию или восприятие. Все три стороны общения тесно взаимосвязаны, разделение их используется как прием анализа, для доступности понимания.

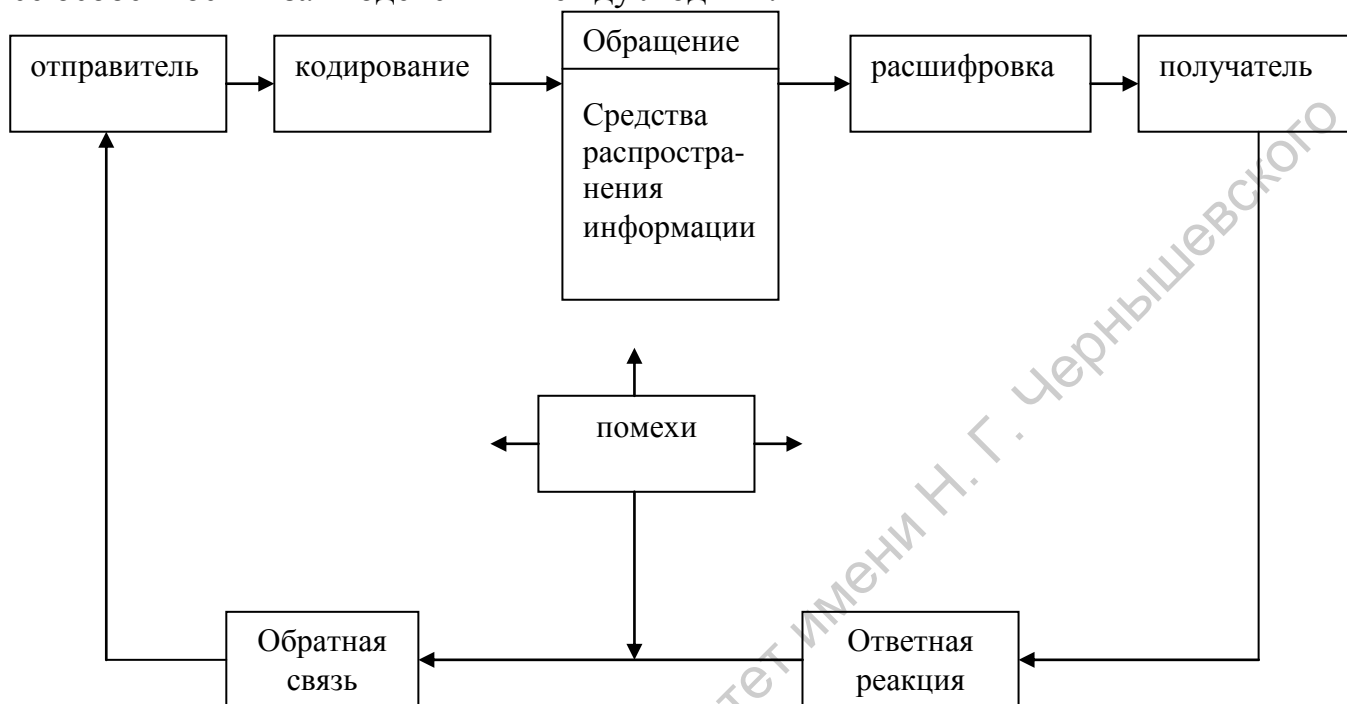
Чтобы добиться взаимодействия, вы должны знать, с каким типом человека имеете дело, чего он хочет добиться от вас, какую цель преследуете вы сами, как лучше сказать об этом, как повести диалог и т.д. Только обладая всем комплексом умений и знаний, можно эффективно взаимодействовать с людьми. При этом надо помнить, что каждый человек имеет сам о себе совершенно определенное представление и хочет, чтобы другие воспринимали его именно таким.

Подробнее рассмотрим такую сторону общения, как **коммуникация**.

У понятия **коммуникация** много определений. За основу возьмем универсальное определение, данное М. Месконом, М. Альбертом, Ф. Хедоури в книге "Основы менеджмента (Дело, 1992, с. 685):



"**Коммуникация** – это обмен информацией и смыслом информации между двумя и более людьми". Любой процесс общения, в том числе и профессионального, идет по одной и той же модели. Модель эта и ее варианты подробно описаны разными исследователями. Мы рассмотрим модель Ф. Котлера (Основы маркетинга, М. Прогресс, 1991, с. 483) как наиболее универсальную и полно представляющую все особенности взаимодействия между людьми:



**Отправитель** – центральный субъект, инициирующий процесс коммуникации. Отправителем/источником может быть руководитель организации, уполномоченное им лицо, информационное агентство, политик, сотрудник на своем рабочем месте при выполнении своих обязанностей и т.д.;

**кодирование** – процесс представления мысли в символической форме (кодах) – словах устной и/или письменной речи, визуальных образах, звуках, цвете, жестах;

**обращение/сообщение** – это то, что хотел сообщить отправитель получателю: мысли, факты, аргументы, доводы;

**средства распространения информации** – это те каналы, по которым передаётся информация (личные и неличные каналы);

**расшифровка** - процесс "перевода" получателем значения закодированной идеи отправителя на свой язык;

**получатель** – сторона (лица или группа лиц), получающая обращение, переданное отправителем;

**ответная реакция** – отклик получателя на принятое сообщение. Именно реакция получателя определяет результативность коммуникации;

**обратная связь** – это та часть реакции, которую получатель доводит до сведения отправителя;

**помехи/шумы** – объективно и субъективно существующие барьеры, снижающие эффективность коммуникации: особенности восприятия; семантические барьеры; невербальные преграды, статусно - ролевые и т.д.

Следует отметить, что любое взаимодействие людей осуществляется по этой модели, хотя мы, конечно, об этом не задумываемся. Передача информации может

осуществляться в разных направлениях и, в зависимости от этого, будет иметь свои особенности:

- а) сверху вниз: - постановка задач (что, когда делать),  
- инструктирование (как, каким образом, кто);
- б) снизу вверх: - донесение об исполнении,  
- донесение о проверках,  
- донесение личного мнения сотрудника;
- в) в горизонтальном направлении:  
- обмен мнениями,  
- координация действий,  
- планирование,  
- сообщение об исполнении.

"*Деловое общение* – это процесс взаимосвязи и взаимодействия, в котором происходит обмен деятельностью, информацией и опытом. В процессе делового общения ставятся конкретные цели и задачи, которые требуют своего решения"<sup>6</sup>. Деловое общение осуществляется в процессе профессиональной деятельности.

**Типы делового общения:**

\*Я-ТЫ (индивидуально-личностный):

\*Я-МЫ (индивидуально-коллективный):

\*МЫ-ОНИ (коллективно-общественный).

Деловое общение представляет собой сложный многоплановый процесс развития контактов между людьми в служебной и профессиональной сфере. Различают межличностное и массовое общение. **Массовое общение** – это множественные, непосредственные контакты незнакомых людей, а также коммуникация, опосредованная различными видами массовой информации и различными техническими средствами. **Межличностное общение** - это непосредственные контакты людей в группах или парах. Оно подразумевает известную психологическую близость партнёров: знание индивидуальных особенностей друг друга, наличие сопереживания, понимания, совместного опыта деятельности.

Выделяют три различных по своей ориентации типа межличностного общения: **императив, манипуляцию и диалог**. **Императивное общение** – это авторитарная, директивная форма воздействия на партнёра по общению с целью достижения контроля над его поведением и внутренними установками, принуждения к определённым действиям или решениям. В данном случае партнёр по общению рассматривается как объект воздействия, выступает пассивной, стороной. Особенность императива в том, что конечная цель общения – принуждение партнёра – не завуалирована. В качестве средств влияния используются приказ, указания, предписания и требования.

**Манипуляция** – это воздействие на партнёра по общению с целью достижения своих скрытых намерений. Роднит императив и манипуляцию то, что при манипулятивном общении также ставится цель добиться контроля над поведением и мыслями другого человека. Коренное отличие состоит в том, что партнёр не информируется об истинных целях общения: они или просто скрываются

<sup>6</sup> Кибанов А.Я., Захаров Д.К. и др. Этика деловых отношений. М., 2002. - С.118.

от него, или подменяются другими. В манипулятивном процессе партнёр по общению воспринимается не как целостная уникальная личность, а как носитель определённых, «нужных» манипулятору свойств и качеств. Императивная и манипулятивная формы общения могут быть охарактеризованы как различные виды монологического общения. Человек, рассматривая другого как объект своего воздействия, по сути дела, общается сам с собой, со своими целями и задачами, не видя истинного собеседника, порой игнорируя его.

Наиболее продуктивным и результативным считается **диалогическое/диалоговое общение**, позволяющее учитывать и соблюдать интересы сторон. Диалог предусматривает психологический настрой на состояние собеседника и учет этого состояния, отношение к собеседнику как к равному партнеру, умение находить компромиссное решение, устраивающее обе стороны.

Опытный коммуникатор обязательно будет соблюдать этические и этикетные нормы профессионального общения, т.е. проявлять свои лучшие моральные и нравственные качества в деловом общении, соблюдать совокупность правил и форм поведения при взаимоотношениях деловых партнеров. Общепринятые нравственные требования к профессиональному общению предусматривают соблюдение вежливости, корректности, тактичности, скромности, точности, предупредительности.

Эти же качества являются неотъемлемыми составляющими имиджа человека. В дословном переводе "имидж" – это образ, изображение, представление. В прикладном значении – впечатление, которое человек производит на окружающих. Бытует мнение, что своим имиджем должны заниматься только политики, артисты, т.е. публичные люди. Это мнение ошибочно. Образ любого человека существует всегда, так пусть он лучше будет продуманным, чем "бесхозным".

Понятие имиджа многогранно, образ человека складывается из того, что и как он говорит и делает; каков стиль его поведения и отношения к окружающим, к своим обязанностям; какова его внешность в самом широком смысле – природные данные, одежда, прическа, манеры. Мнение о человеке, формируемое в процессе речевого общения (устного или письменного). На формирование первого представления о новом собеседнике у нас уходит от 60 до 120 секунд. Важно не только не ошибиться в оценке другого человека, но и правильно "подать" себя. Ни у одного человека не бывает второй возможности произвести первое впечатление. А первое впечатление формируется на бессознательном уровне из оценки общего внешнего вида человека, его голоса, взгляда и осанки.

Каждый человек имеет определенные, зачастую повторяющиеся способы самопрезентации, манеру поведения в различных ситуациях. Поэтому, вступая в деловой контакт, надо обращать внимание не только на слова собеседника, но и на использование или проявление им невербальных средств общения.

**Невербальное общение** – это общение посредством неречевых знаковых систем. Особенностью невербального языка является то, что его проявление обусловлено импульсами человеческого подсознания, которые сложно контролировать или подделывать. В невербальном поведении раскрывается внутренний мир личности. Зная эти особенности, опытный коммуникатор внимательно и с большим доверием отнесётся к невербальным проявлениям собеседника. По данным профессора Бердвиссла, 65% информации во время общения передаётся с помощью невербальных средств.

## Невербальные средства общения:

**КИНЕСИЧЕСКИЕ** – поза,  
жесты,  
мимика,  
походка,  
экспрессивно-выразительные движения,  
визуальный контакт.

Кинесические средства общения – это зрительно воспринимаемые движения другого человека, которые выполняют выразительно – регулятивную функцию в общении.

**Поза** – положение человеческого тела, типичное для данной культуры и характеризующее пространственное поведение человека. По данным исследователей, человеческое тело способно принять около 1000 положений. Выделяют "открытые" и "закрытые" позы. Часто и непроизвольно повторяемая поза сигнализирует об устойчивых особенностях личности. Поскольку в разных эмоциональных состояниях люди обычно лучше контролируют своё лицо, чем тело, то поза способна рассказать об истинных переживаниях человека.

**Жесты** – разнообразные движения руками, несущие определённый смысл. Существует несколько видов классификации жестов. Д.Левис, к примеру, выделяет четыре типа основных жестов. *Жесты – символы*, которые несут определенный символический смысл – символ "ОК", большой палец, поднятый вверх, знак "виктория". *Жесты – иллюстраторы*, которые используются для пояснения сказанного (указание рукой направления, размера, формы). *Жесты – регуляторы*, например, рукопожатие или кивки головой во время общения. *Жесты – адапторы*, которые сопровождают наши чувства и эмоции (почесывание затылка, потирание рук).

**Мимика** – движения мышц лица человека. Мимика бывает сильная или слабая, неопределённая или красноречивая, беспорядочная или гармоничная, стереотипная или индивидуальная. Мимическая характеристика личности – это разнообразие мимических выражений, быстрота их смены, способность передавать нюансы. Особенно выразительной бывает мимика при переживании человеком испытываемых эмоций, таких как гнев, презрение, страдание, страх, удивление, радость. В лице человека выразительно всё: свой "язык" имеют щёки, подбородок, нос, уши, глаза, брови, губы, скулы. Наблюдение за мимическими реакциями и правильная их расшифровка – это умение ориентироваться в микроструктуре общения.

**Походка** – стиль передвижения человека. В походке хорошо проявляется эмоциональное состояние человека (лёгкая походка – радость, вялая – угнетённость и т. д.).

**Взгляд, или визуальный контакт** – важнейшая составляющая общения. Недаром говорят, что глаза – зеркало души. По глазам мы умеем определять степень правдивости собеседника, его душевное состояние, желание или нежелание продолжать разговор. Направление взгляда, частота контакта, степень открытости глаз, их выражение – всё это является источником дополнительной информации о человеке и его оценке деловой ситуации. "Отсутствующий" взгляд, например, может означать сосредоточенное размышление; взгляд сбоку – недоверие;

"бегающие" глаза – тревогу, стыд, обман; перевод взгляда от собеседника на окружающие предметы или в потолок – падение интереса к беседе.

Каждую мимическую реакцию собеседника, каждый жест, взгляд можно "расшифровать". Для того, чтобы научиться этой расшифровке, надо проявить наблюдательность и соотнести комплекс реакций человека с его состоянием в этот момент. Добродушно настроенный собеседник, например, будет сидеть, расслабившись, решительно настроенный будет напряжен и это выразится в прямой посадке, внимательном, возможно даже недоверчивом взгляде. Существует много литературы, которая поможет разобраться в интерпретации невербальных проявлений человека.

**Аудиальные средства общения** – это ритмико-интонационные особенности речи (высота и громкость голоса, тембр и темп речи, сила ударения), а также использование пауз, покашливания, смеха и т.д. У человека, который волнуется, например, может срывать голос. Собеседник, который хочет главенствовать в общении, будет говорить громче обычного, четко выделяя основные мысли.

Перечисленные выше голосовые характеристики за счёт особенностей их использования каждым индивидуумом создают неповторимый образ человека, помогают распознаванию его настроения, физического состояния, уровня культуры.

В качестве примера, подтверждающего возможности человеческого голоса и его выразительных средств, хочется привести отрывок из романа Агаты Кристи "Разлука весной". "Голос директрисы словно гипнотизировал. Одним из замечательных качеств мисс Гилби было великолепное владение голосом, который стоил целого оркестра. Прощальный разговор со своими ученицами она начинала с мягкостью виолончели, переходила к похвалам в тонах флейты и предупреждала подобно фаготу. В обращениях к ученицам рассуждения о будущей профессии выдувались, словно из медных труб, а об обязанностях жены и матери рассказывали скрипки. Ближе к концу своей речи мисс Гилби начала говорить пиццикато".

Общаясь с человеком, полезно обращать внимание как на силу, так и на высоту голоса: чрезмерно высокий и пронзительный голос выдаёт беспокойство; мягкий и приглушённый, с понижением интонации к концу каждой фразы – горе, печаль, усталость; резкое форсирование звука – напряжение, обман.

**Полетность голоса** — это его способность быть хорошо слышимым на значительном расстоянии без увеличения громкости.

**Подвижностью голоса** — это его способность без напряжения меняться по силе, высоте, темпу. Эти изменения не должны быть произвольными, у опытного оратора изменение определенных качеств голоса всегда преследует определенную цель.

**Под тоном голоса** подразумевают эмоционально-экспрессивную окраску голоса, способствующую выражению в речи говорящего его чувств и намерений. Тон речи может быть добрым, злым, восторженным, официальным, дружеским и т.д. Он создается с помощью таких средств, как увеличение или ослабление силы голоса, паузация, убыстрение или замедление темпа речи.

**Темп речи** не является непосредственным свойством самого голоса человека, однако умение варьировать при необходимости скорость произнесения слов и фраз также можно отнести к тем навыкам, совершенствованием которых должна заниматься дисциплина «Техника речи».

**К тактильным средствам общения** относятся прикосновения, например, рукопожатия; похлопывания по плечу, спине; поцелуи; телесные соприкосновения, допустимые в деловой коммуникации. Рукопожатия, к примеру, могут быть доминантными, подчиненными или равноправными. Динамические прикосновения выполняют в общении функции индикатора статусно – ролевых отношений, символа степени близости собеседников. Их использование определяется статусом партнёров по общению, полом, возрастом, степенью знакомства, уровнем культуры.

**Проксемические средства общения** – умение использовать расстояние до собеседника, угол разворота к нему, персональное пространство. Общение имеет свою пространственную структуру: расстояние, на котором происходит взаимодействие людей, их взаимное расположение по отношению друг к другу, позиции общающихся за столом несут дополнительную информацию об отношении людей к собеседникам, о внутреннем настроении на дружеский или оборонительный характер беседы, об уровне психологического комфорта.

Антрополог Э.Холл выделил четыре основные зоны межличностного общения, размер которых зависит от степени близости людей друг к другу: интимная (до 45 см, ее нельзя нарушать несанкционированно), персональная (от 45 см до 1 м 20 см, наиболее приемлемый вариант для общения), социальная (от 1 м 20 см до 4 м, на таком расстоянии может проходить общение с группой людей), публичная (от 4 м до 7,5 м, она используется во время публичных выступлений перед большой массой людей). Разумное использование или нарушение этих зон способно помочь установлению контактов либо вызвать непонимание и агрессию. Человек становится более агрессивным, когда несанкционированно нарушается его интимное пространство, этим, в том числе, объясняется повышенная возбудимость и агрессивность людей в переполненном транспорте, например, или во время массовых шествий.

Под **ольфакторными средствами общения** имеются в виду естественные и искусственные запахи, исходящие от человека. Особенности и значение ольфакторного компонента общения активно используют производители косметических средств.

Невербальные средства являются важным дополнением речевой коммуникации. Их роль не только в том, что они в состоянии усилить или ослабить речевое влияние собеседников, но и в том, что они помогают участникам общения выявить намерения друг друга, способствуют открытости процесса коммуникации. Причем, воспринимаются невербальные знаки на бессознательном уровне, поэтому мы им доверяем, как нам кажется, интуитивно.

Таким образом, невербальное поведение человека многофункционально. Оно выступает в качестве показателя статусно – ролевых отношений между людьми, даёт дополнительную информацию для создания наиболее полного образа партнёра по общению, является индикатором эмоциональных состояний личности, выражает и формирует отношения партнёров по общению, усиливает эмоциональную насыщенность того, что выражено словами.

Чаще всего мы стараемся воздействовать на партнера по общению словами, настойчиво убеждая его в чем-то. Зная особенности невербальной коммуникации и корректно используя их, можно воздействовать на собеседника гораздо эффективнее. Использование этих приемов несколько не умаляет значения

вербального общения и вербальных приемов воздействия на людей. Рассмотрим наиболее применимые из них.

**Прием "имя собственное".** Каждый человек придает своему имени особое значение. Поэтому постоянное уважительное обращение к собеседнику, к коллегам по имени-отчеству будет вызывать позитивную реакцию. Важно научиться сразу запоминать имя-отчество человека, с которым только что познакомились. Для этого можно несколько раз повторить имя-отчество в процессе разговора. Если же случилась оплошность и вы что-то перепутали, обязательно попросите извинения и повторите имя собеседника правильно.

**Прием "зеркало отношения"** – это умение искренне улыбаться, как другу, партнеру по коммуникации. Улыбка демонстрирует открытость, приветливость, радость, т.е. положительный настрой на общение. Более того, улыбка заразительна, она достаточно легко передается собеседнику, как бы отзеркаливается им. Конечно, использование этого приема должно соответствовать ситуации.

**Прием "внимательный слушатель"** очень эффективен, когда вашему собеседнику надо высказаться. Для этого надо набраться терпения, не перебивать говорящего, а лишь умело задавать наводящие вопросы или поддерживать беседу невербально – кивками, междометиями, понимающим взглядом.

**Прием "личная жизнь/личный интерес".** Он подразумевает умение коснуться в разговоре личных пристрастий и увлечений человека, для того, чтобы продемонстрировать свое отношение к ним, свою поддержку, одобрение.

Мы часто используем эти приемы бессознательно, интуитивно, не придавая им значения как психологическим приемам. Знание того, что они помогают устанавливать доверительные отношения и позитивно влиять на собеседника, помогут использовать эти приемы сознательно.

Вообще в литературе описано несколько тысяч различных приемов влияния на людей. Большинство из них манипулятивны. По определению Е.Л.Доценко манипуляция – "это психологическое воздействие, направленное на неявное побуждение другого к совершению определенных манипулятором действий" (Психология манипуляции: феномены, механизмы и защита. СПб., 2003. С.53). Манипуляция стала неотъемлемым элементом профессиональных и деловых отношений, причем, порой собеседники даже не отдают себе отчета в том, что манипулируют друг другом. К расхожим психологическим приемам манипуляции относится, например, использование непонятных для собеседника слов, слишком быстрый или слишком медленный темп обсуждения проблемы, ссылка на авторитеты, умалчивание или полуправда, недосказанность, поддразнивающие высказывания, легкий шантаж, намеренное унижение партнера и т.п. Определять предел допустимой манипуляции нужно в каждой конкретной ситуации: если собеседник не начал применять защитные действия, значит, он еще терпит манипуляцию. Исследователями выделяются шесть базовых защитных установок.

**Уход** – увеличение дистанции, прерывание контакта, выход из зоны действия манипулятора. Реализуется это сменой темы беседы, стремлением уклониться от встречи, нежеланием обострять отношения.

**Изгнание** - увеличение дистанции, удаление агрессора: увольнение с работы, осуждение, насмешка, публичное унижение.

**Блокировка** – выставление определенных преград на пути манипулятора: "мне трудно понять, о чем идет речь", "я не могу это обсуждать, я на работе", "это не я – это характер у меня такой".

**Управление** – попытка повлиять на манипулятора и его воздействие: поиск общих знакомых, стремление разжалобить, умиловить, стремление взять ситуацию в свои руки.

**Замирание** – сокрытие истинных чувств, состояний, отказ от действий со стороны объекта манипуляции.

**Игнорирование** – анализ информации о манипуляторе и реальная оценка его значимости и угроз.

Использование хотя бы одной из них говорит о том, что собеседник перешел к защитным действиям, которые тоже могут носить манипулятивный характер. Зачастую противодействовать манипуляции помогает открытое заявление о недопустимости использования некорректных приемов общения.

Манипуляция как способ воздействия на человека легко провоцирует конфликтные ситуации. **Конфликт** – это отсутствие согласия между двумя или более сторонами, обусловленное наличием разных мнений, взглядов, идей, интересов, точек зрения, которые нарушают нормальное взаимодействие людей и препятствуют достижению целей. Конфликт возникает, когда стороны начинают активно противодействовать друг другу. В конфликте всегда есть зачинщик. Основными элементами конфликта являются:

1. два участника или две стороны конфликта;
2. взаимная несовместимость ценностей, интересов, мнений сторон;
3. поведение, направленное на уничтожение планов, интересов противоположной стороны;
4. применение силы для влияния на другую сторону;
5. противопоставленность действий и поведения сторон;
6. стратегия и тактика конфликтного взаимодействия;
7. личностные особенности участников конфликта: агрессивность, авторитетность и т.д.;
8. характер и реакция внешней среды.

Конфликт развивается по определенной схеме, в определенной динамике:

- возникновение конфликтной ситуации;
- осознание конфликтной ситуации;
- собственно конфликтное поведение – обоюдно направленные и эмоционально окрашенные действия обеих сторон, направленные на причинение ущерба противнику;
- развертывание конфликта или его разрешение. Оно зависит от целей участников конфликта, их личностных особенностей, от сути и масштабов самой проблемы, от представлений о последствиях конфликта, от желания участников повоевать или помириться.

Австралийская организация по разрешению конфликтов разработала базовые принципы по разрешению конфликтов, знание и использование которых поможет выбрать стратегию и тактику поведения в конфликтной ситуации. (Цит. по Л.Д.Столяренко "Психология делового общения и управления". Ростов н/Д: Феникс, 2005. С. 382). Этих принципов 12 и назвали их разработчики "Воевать – так честно":



- 1) **Хочу ли я разрешить этот конфликт?** – Будьте готовы решить проблему.
- 2) **Вижу ли я всю картину или только свой уголок?** – Смотрите шире, в том числе постарайтесь поставить себя на место своих оппонентов.
- 3) **Каковы нужды и опасения других?** – Опишите их объективно.
- 4) **Каким может быть справедливое решение?** – Подумайте и поговорите об этом вместе с оппонентом.
- 5) **Варианты возможного решения** – придумайте их как можно больше. Отберите те, которые наиболее соответствуют нуждам всех участников конфликта.
- 6) **Можем ли мы решить это вместе?** – Давайте вести дело на равных.
- 7) **Что я чувствую?** – Я чересчур эмоционален? Могу ли я посмотреть на факты отстраненно, дать остыть своим эмоциям, поделиться своими чувствами?
- 8) **Что я хочу изменить?** – Будьте честны. Не нападайте на личность оппонента, разбирайтесь с проблемой.
- 9) **Какие новые возможности открываются передо мной?** – Смотрите на плюсы, а не на минусы.
- 10) **Как бы я чувствовал себя на их месте?** – Дайте знать, что вы понимаете своих оппонентов.
- 11) **Нужен ли нам нейтральный посредник?** – Поможет ли это нам лучше понять друг друга и придти к обоюдоприемлемым решениям.
- 12) **Как мы оба можем выиграть?** – Ищите решения, учитывающие нужды всех участников.

Существуют и более прикладные рекомендации по модели поведения в конфликте. Прежде всего, дайте партнеру "выпустить пар", ведите себя максимально спокойно, не провоцируйте дополнительного взрыва его эмоций. Попросите партнера спокойно и обстоятельно обосновать свои претензии, основываясь на фактах, а не на эмоциях. Не давайте партнеру отрицательных оценок, а говорите о своих чувствах. Предложите партнеру высказать свои соображения по разрешению возникшей ситуации и свои варианты ее решения. Не надо ничего доказывать и резко опровергать, держитесь спокойно и уверенно, в позиции "на равных". Не характеризуйте состояние партнера, если будет необходимо, замолчите первым. Извинитесь, если чувствуете свою вину. Независимо от результатов разрешения противоречий постарайтесь сохранить с оппонентом отношения, не теряйте своего лица, но позаботьтесь и о достоинстве своего оппонента.

Следуя этим правилам, вы убедитесь в том, что конфликта легче избежать, чем потом пожинать его последствия.

## Раздел II. Формы делового общения

Устные виды делового общения разделяются на *монологические* и *диалогические*. К *монологическим* видам относятся: *приветственная речь; реклама; информация о товарах и услугах; информационная речь; доклад* (на заседании, собрании).

К *диалогическим* видам общения относятся *деловой разговор, деловая беседа, переговоры, интервью, дискуссия, совещание, пресс-конференция, телефонный разговор*.

**Письменные** виды делового общения – это многочисленные служебные документы: *деловое письмо, протокол, отчет, справка, докладная и объяснительная записка, акт, заявление* и др.

В зависимости от вида деловое общение может иметь различные характеристики и особенности. Выделение видов делового общения дает возможность лучше ориентироваться в том или ином случае, идентифицируя вид общения и соотнося его с определенными характеристиками, особенностями.

### Основные формы делового общения

**1. Разговор** – кратковременный ситуационный контакт преимущественно на одну тему (обмен репликами, мнениями).

**2. Деловая беседа** – продолжительный обмен сведениями, точками зрения, мнениями по определенным вопросам или проблемам, часто сопровождающийся принятием решений. Деловая беседа служит взаимному общению работников из одной сферы; совместному поиску, выдвижению, разработке идей; контролю и координированию начатых дел; стимулированию деловой активности и т.д.

**3. Интервью** – разговор с журналистом, предназначенный для печати, радио, телевидения.

**4. "Круглый стол"** – традиционная модель делового обсуждения, при которой все участники обсуждения имеют равный статус, выражают собственное мнение. Цель "круглого стола" – определиться в идеях и мнениях по обсуждаемой проблеме. На "круглом столе" ключевой вопрос выносится в повестку дня.

**5. "Мозговой штурм"** – обсуждение проблемной ситуации, которое используется для поиска выхода из нее, для продуцирования новых идей. В "мозговом штурме" допустима критика, но критикуются идеи, а не личности.

**6. Деловая игра** – обсуждение ключевого вопроса в форме тезисов противоборствующих сторон. Ключевой вопрос должен быть предварительно согласован со всеми заинтересованными участниками обсуждения. В деловой игре идеи обретают форму проектов, которые становятся первой апробацией этой идеи. Выступить "за" или "против" какого-либо варианта мало, нужно обосновать и доказать правильность своей позиции. В деловой игре объектом критики является и идея, и позиция участника в отношении идеи, но критика должна быть конструктивной, не переходящей на личности.

**7. Спор** – это вид делового общения, который широко применяется при обсуждении неоднозначного (спорного) положения. В споре позиции субъектов равнозначны. Спор по процедуре – это борьба мнений. Спор идет без регламентирования во времени, процедуре, пространстве.

**8. Дискуссия** – организованное коллективное обсуждение спорного положения. Ее цель – обсуждение не мнений, а сущности тезиса, подведение разных тезисов под общее основание, уточнение терминологии.

**9. Полемика** – вид обсуждения, который характеризуется непримиримостью позиций. Обычно касается социально-политических вопросов.

**10. Диспут** – публичный спор по научной или общественно-значимой проблеме (защита проектов, диссертаций, тезисов).

**11. Дебаты и прения** – разновидности делового общения, предназначенные для обмена мнениями в публичной форме (собрания, конференции, предвыборные дебаты).

**12. Торги** – дополнительное общение для заключения сделки (коммерческой, судебной, переговорной).

**13. Деловое совещание** - способ открытого коллективного обсуждения проблем группой специалистов; донесение какой-либо информации (заданий, результатов проверок выполнения заданий и т.п.) руководителем до коллектива или его части.

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

**15. Деловая переписка** – особый способ построения текста документа для передачи его содержания получателю. От вышестоящих организаций - *указания, уведомления, напоминания, разъяснения, запросы*. От подведомственных - *отчеты, сообщения, ответы на запросы, просьбы, предложения, сообщения и т.д.* Есть свой стиль, свои этические и этикетные нормы и правила, свои стандарты для каждого вида документов.

**16. Деловое общение по телефону** – опосредованный способ делового общения, при котором важно учитывать технические особенности, знать правила подготовки и ведения разговора, этические нормы.

**17. Деловые переговоры** – это обсуждение с целью заключения соглашения по какому-либо вопросу, основное средство согласованного принятия решений в процессе общения заинтересованных сторон. Деловые переговоры всегда имеют конкретную цель, в том числе заключение договоров, сделок, контрактов. Различают несколько подходов к проведению деловых переговоров. В приведенной ниже таблице даны основные характеристики и отличия трех основных типов переговоров.

В процессе переговоров применяется технология активного слушания, которая помогает установлению контакта, уточнению смысла полученной информации, способствует раскрытию собеседника. Активное слушание - это сочетание двух ключевых коммуникационных навыков: умения сознательно слушать с определенной целью и проверять полученную информацию.

### Действия участников переговоров: различные подходы

(по Р.Фишеру и У. Юри )

Мягкий подход	Жесткий подход	Принципиальный подход (с учетом интересов сторон)
Участники – друзья	Участники – противники	Участники вместе решают проблему
Цель – соглашение	Цель – победа	Цель – разумный результат, достигнутый эффективно и дружелюбно
Делать уступки для культивирования отношений	Требовать уступок в качестве условия для продолжения отношений	Отделять людей от проблемы
Придерживаться мягкого курса в отношениях с	Придерживаться жесткого курса в отношениях с	Придерживаться мягкого курса в отношениях с людьми, но стоять на

людьми и при решении проблемы	людьми и при решении проблемы	жесткой платформе при решении проблемы
Доверять другим	Не доверять другим	Продолжить переговоры независимо от степени доверия
Легко менять свою позицию	Твердо придерживаться своей позиции	Концентрироваться на интересах, а не на позициях
Делать предложения	Угрожать	Анализировать интересы
Обнаруживать свою подспудную мысль	Сбивать с толку в отношении своей подспудной мысли	Избегать возникновения подспудной линии
Допускать односторонние потери ради достижения соглашения	Требовать односторонних дивидендов в качестве платы за соглашение	Обдумывать взаимовыгодные варианты
Искать единственный ответ: тот на который пойдут они	Искать единственный ответ, тот, который будет принят	Разрабатывать многоплановые варианты выбора; решать позже
Настаивать на соглашении	Настаивать на своей позиции	Настаивать на применении объективных критериев
Пытаться избежать состязания воли	Пытаться выиграть в состязании воли	Пытаться достичь результата, руководствуясь критериями, не имеющими отношения к состязанию воли
Поддаваться давлению	Применять давление	Размышлять и быть открытым для доводов других; уступать доводам, а не давлению

Чтобы научиться активному слушанию, надо постараться сконцентрироваться на том, что говорит другой человек, а не на том, что вы скажете после этого. Выслушав собеседника, сделайте паузу, подумайте о том, что было сказано, а затем продумайте, что скажете сами. Повторите сказанное другими словами, не добавляя ничего нового и не интерпретируя. Прислушивайтесь не только к тому, что говорится, но и как это говорится. Прислушивайтесь к паузам: то, что не договаривается, может дать столько же информации. Старайтесь не отвлекаться. Поддерживайте зрительный контакт. Записывайте основные мысли. Тренируйте умение слушать. Прослушайте короткий отрывок (около 2 минут) по радио или телевизору и потом повторите его для себя.

### Техника активного слушания

(Авт.- Е.В.Ксенчук, М.К.Киянова. Технология успеха.- М., 1993)

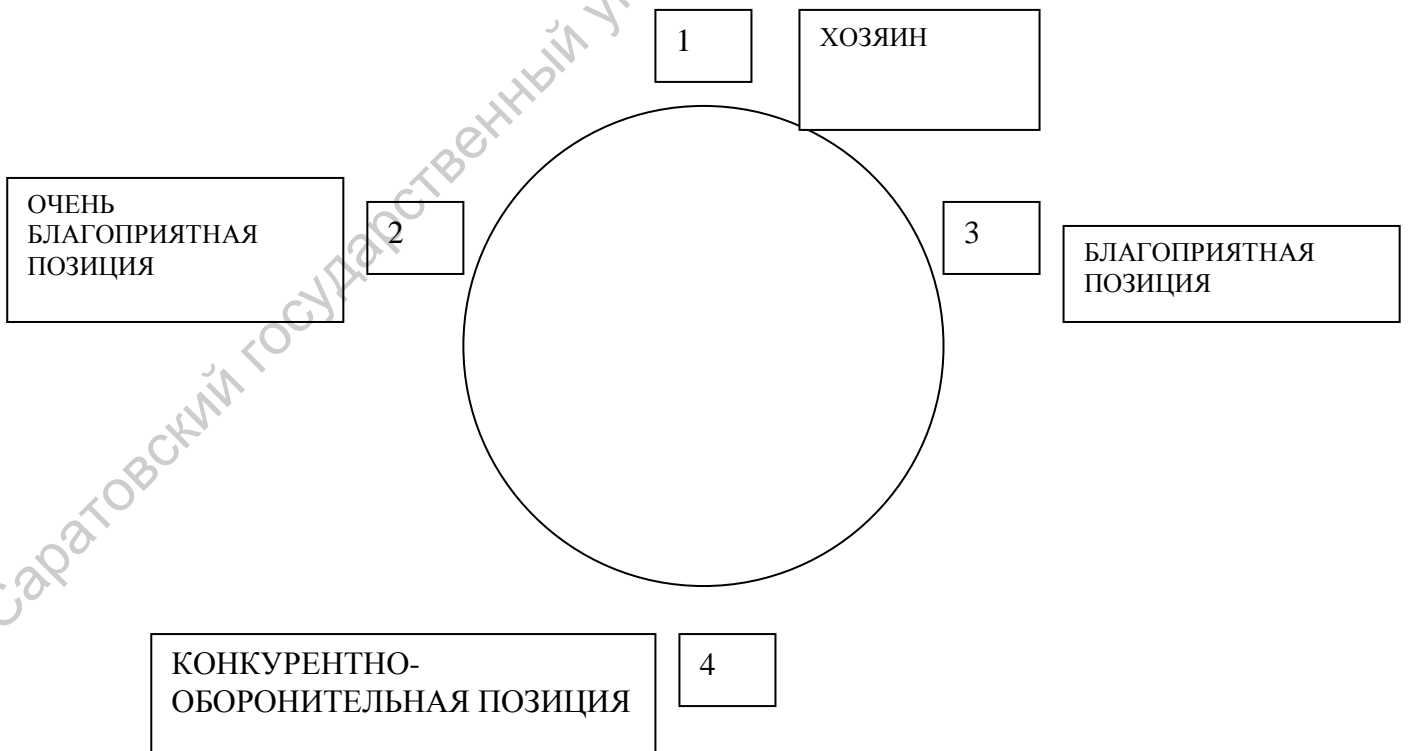
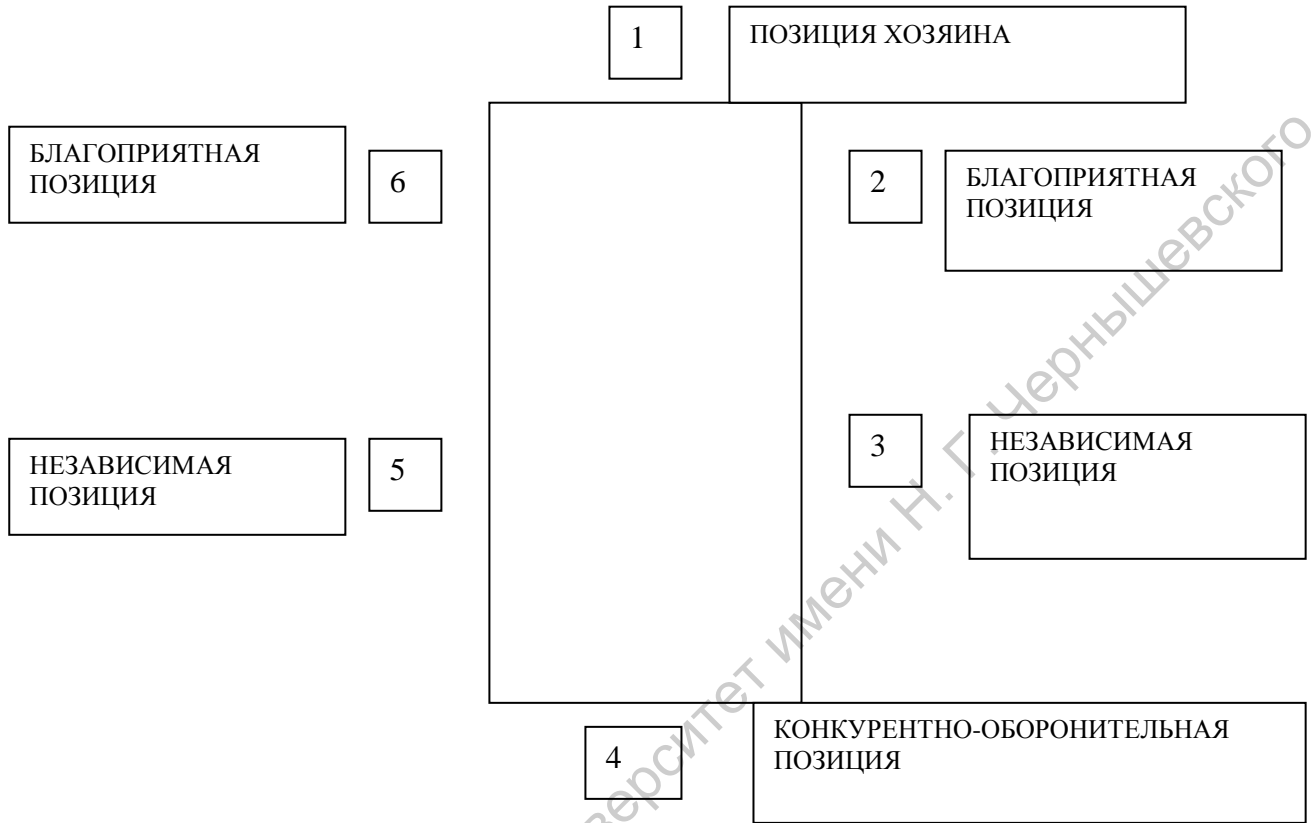
#### Нерефлексное слушание

Приемы (реакции)	Цели	Как это сделать	Примеры
Побуждение	Побудить собеседника к дальнейшим высказываниям	Перестать говорить самому, активно использовать невербальные сигналы, междометия и короткие слова.	Зрительный контакт с собеседником, разворот корпуса в его сторону, кивки головой, улыбка и т.п..

### Рефлексивное слушание

<b>Приемы (реакции)</b>	<b>Цели</b>	<b>Как это сделать</b>	<b>Примеры</b>
<b>Простое повторение</b>	Побудить собеседника к дальнейшим высказываниям, получить дополнительную информацию	После каждой новой фразы собеседника повторять ключевое слово.	- Я не выношу критику в свой адрес. - Критику? - Ну, не то, чтобы критику... и т.д..
<b>Прояснение (уточнение)</b>	Понять точный смысл сказанного, получить дополнительную информацию, помочь говорящему определить или уточнить собственную точку зрения	Задавать вопросы, обращаться к говорящему за уточнениями	- Когда произошло то, о чем ты говоришь? - Объясните мне это еще раз, пожалуйста.
<b>Перефразирование</b>	Показать заинтересованность, получить дополнительную информацию, проверить понимание смысла сказанного и его интерпретации	Повторить своими словами смысл сказанного вашим собеседником	- Другими словами, Вы считаете, что ... - Правильно ли я Вас понял? Вы сказали, что ...
<b>Отражение чувств</b>	Вербализация собственных чувств и чувств вашего собеседника	Обратить внимание на тон собеседника, выразить своими словами основные чувства говорящего	- Вы чувствуете себя раздраженным (обиженным, взволнованным и т.д.). - Представляю, как Вам тяжело ...
<b>Признание ценности</b>	Признание ценности общения с вашим собеседником, показать понимание вами значения для него того, о чем он говорит.	Признать, что вы цените чувства говорящего и его усилия, направленные на решение проблем.	-Я ценю ваше желание решить эту проблему. - Я благодарю Вас за серьезное отношение к этой проблеме и ваш вклад в ее решение
<b>Резюмирование (обобщение)</b>	Связать фрагменты обсуждения в смысловое целое (особенно при коллективном обсуждении), обратить внимание на достижения, определить основу для дальнейшего обсуждения проблемы	Еще раз сформулировать наиболее важные мысли и проявленные собеседниками чувства	- Итак, мы с вами говорили о том, что... - Обсуждая этот трудный, волнующий всех вопрос, мы до сих пор рассматривали...

**СХЕМА РАЗМЕЩЕНИЯ  
УЧАСТНИКОВ ПЕРЕГОВОРОВ**



### Раздел III. Деловая этика и этикет

**Этика** – учение о морали и нравственности. Нередко понятия "мораль" и "нравственность" употребляются как тождественные. В других случаях понятие "мораль" характеризует специфические проявления общественного и индивидуального сознания (моральное сознание), а понятие "нравственность" употребляется для характеристики столь же специфических форм поведения людей и их отношений друг к другу (нравственное поведение, нравственные отношения). Однако подобное различие данных понятий весьма условно. Важнейшие категории этики: "Добро", "Зло", "Справедливость", "Благо", "Свобода", "Ответственность", "Долг", "Совесть", "Честь" и некоторые другие.

**Этика делового общения** – учение о проявлении морали и нравственности в деловом общении, деловой коммуникации, во взаимоотношениях деловых партнеров.

**Этикет** – установленный порядок и внешние формы поведения где-либо, например, дипломатический этикет. Деловой этикет представляет собой совокупность правил и форм поведения при взаимоотношениях деловых партнеров. Они используются при знакомстве, проведении беседы, переговоров, расставании с партнером и т.д. Правила этикета, в том числе делового, включают в себе эстетические и нравственные характеристики.

Деловая коммуникация – это сложный многоплановый процесс развития контактов между людьми в служебной сфере. Его участники выступают в официальных статусах и ориентированы на достижение цели, решение конкретных задач. Специфической особенностью Деловая коммуникация деловой коммуникации является **регламентированность**, т.е. подчинение установленным ограничениям, которые определяются национальными и культурными традициями, профессиональными, этическими принципами. Известны написанные и неписанные нормы поведения в той или иной ситуации официального контакта. Принятый порядок и форма обхождения на службе называется **деловым этикетом**. Его основная функция – формирование правил общения, способствующих взаимопониманию людей во всех сферах их деятельности.

Общим требованием считается приветливое и предупредительное отношение ко всем коллегам по работе, партнерам, независимо от личных симпатий и антипатий. Регламентированность делового взаимодействия выражается также во внимании к речи. Обязательно соблюдение речевого этикета – разработанных обществом норм языкового поведения, типовых готовых "формул", позволяющих организовать этикетные ситуации приветствия, просьбы, благодарности и т.д. (например, "здравствуйте", "будьте добры", "разрешите принести извинения", "счастлив познакомиться с Вами"). Эти устойчивые конструкции выбираются с учетом социальных, возрастных, психологических характеристик.

#### **Кодекс делового общения:**

1. Принцип коллективности – твой вклад должен быть таким, какого требует совместно принятое направление разговора;
2. Принцип достаточности информации – говори не больше и не меньше, чем требуется в данный момент;

3. Принцип качества информации – не ври"
4. Принцип целесообразности – не отклоняйся от темы, сумей найти решение;
5. Принцип четкости – выражай мысли ясно и убедительно для собеседника;
6. Принцип внимания – умей слушать и понять нужную мысль;
7. Принцип заинтересованности – умей учесть индивидуальные особенности собеседника ради интересов дела;
8. Принцип цели – основная задача делового общения – это продуктивное общение;
9. Принцип создания условий для выявления творческого потенциала и профессиональных знаний личности;
10. Принцип полномочий и ответственности;
11. Принцип поощрения и наказания;
12. Принцип рационального использования рабочего времени.

## **Основные ориентиры профессиональной этики**

### ***1. Уважительное отношение к человеку:***

- 1) Делайте. Не дожидайтесь, пока сделают другие.
- 2) Не разглашайте конфиденциальную информацию. На то она и конфиденциальна.
- 3) Держите свое личное мнение об окружающих при себе.
- 4) Умейте хладнокровно воспринимать конструктивную критику. Делайте выводы!
- 5) Будьте откровенны, но добры в оценках и суждениях. Вам незачем унижать человека или давить на него.
- 6) Относитесь снисходительно к чужим промахам. Умейте прощать.
- 7) Разговаривайте так, чтобы было понятно любому вашему собеседнику. Для каждого отдельного человека выбирайте отдельные слова.

### ***2. Ответственность и честность:***

- 1) Принимаясь за работу, всегда осознавайте, что берете на себя ответственность за последствия, связанные с этой работой.
- 2) Начиная работу, доводите ее до конца.
- 3) Конкурируя, подчеркивайте свои сильные стороны, но не слабые стороны соперников.
- 4) Никогда не злоупотребляйте служебным положением.
- 5) Ваши оценки работы и людей должны быть объективны, а для этого надо знать критерии, понятые и принятые другими людьми.

### ***3. Социальная направленность:***

- 1) Профессионал умеет и не боится делиться опытом.
- 2) Профессионал умеет и хочет оказывать помощь другим.
- 3) Профессионал заботится о клиенте. Если нет возможности выполнить заказ, он перенаправляет клиента к другому специалисту, пусть даже и конкуренту.



## ЛИЧНОСТНЫЕ КАЧЕСТВА ПРОФЕССИОНАЛА:

1. Управляет своими словами и действиями
2. Уверен в себе
3. Опирается на свои сильные стороны, которые старается развивать, чтобы не было слабых сторон характера
4. Хорошо выглядит
5. Обладает высокой самооценкой
6. Доброжелателен
7. Несет личную ответственность, т.к. социально ответственен
8. Заботиться о качестве своего здоровья
9. Трудолюбив
10. Креативен
11. Нацелен на результат
12. Организован
13. Старается успеть сделать в своей жизни как можно больше
14. Хорошо информирован и грамотен
15. Умеет владеть ситуацией и своими эмоциями
16. Здраво мыслит
17. Требователен
18. Порядочен
19. Вежлив
20. Уважает людей
21. Осознает свою самодостаточность
22. Умеет дать ценный совет, если его об этом просят
23. Разбирается в людях
24. Обладает хорошей памятью
25. Имеет внутренний стержень
26. Честен
27. Умен
28. Решителен, настойчив
29. Выполняет обещания
30. Соблюдает конфиденциальность

### При подготовке и произнесении публичной речи

- не говорите лишних слов. Каждое Ваше слово должно соответствовать Вашей мысли. Это должны быть хорошие, истинные и простые слова. Думайте, о чем Вы хотите сказать, и не говорите всего, о чем думаете;
- во всех случаях говорите без боязни и нервозности;
- господствуйте в разговоре и держите внимание аудитории;
- сформулируйте и организуйте свой материал, отрепетируйте его;
- говорите динамично, не читайте;
- говорите «живыми», а не ленивыми губами (хорошая артикуляция!);
- не надо останавливаться на чем-то, что отвлекает Вас во время разговора;
- поддерживайте визуальный контакт с партнером;

- правильно выбранная поза (осанка) придаст уверенности и Вам, и Вашему голосу;
- когда Вы говорите, Ваш жизненный центр ("солнечное сплетение") должен быть всегда подтянутым, поддерживая Ваше дыхание;
- говорите в темпе, который является наилучшим для Вас и для ситуации;
- говорите фразами, не рубите их на отдельные слова;
- разрабатывайте свой голос, не стоит просто кричать;
- читайте вслух, чтобы понять, не монотонно ли Вы говорите.

### **Когда вы критикуете, помните:**

(Авт. - А.Петренко)

◆Критические замечания высказывайте не за спиной критикуемого, а непосредственно ему и, желательно, наедине. Присутствие третьего лица усиливает защитную реакцию партнера.

◆Никогда не сравнивайте данного человека с другими, иначе это может его унижить. Необходимо, чтобы партнер почувствовал, что он сам может сделать то, что от него требуют, и лучше, чем он это делал до сих пор.

◆Подвергайте критике только те качества партнера, которые он реально может изменить. Что толку критиковать то, что он все равно не исправит.

◆Если показываете свое неудовольствие чем-то в партнере, делайте это голосом, а не мимикой, жестами, гримасами.

◆Не используйте в своей речи при общении с партнером слова "никогда", "всегда". Как правило, они свидетельствуют об определенной предвзятости с Вашей стороны по отношению к нему, напоминают о прежних неудачах. Это затрудняет принятие критического замечания.

◆Избегайте проявления раздражения, злости, сарказма - они, как известно, плохие советчики, особенно в споре.

◆Высказывая критические замечания, не касайтесь мотивов поведения партнера, вряд ли Вы их сможете правильно понять, а он - объяснить.

◆Не ожидайте от партнера и не требуйте от него открытого признания собственной вины. Удовлетворитесь тем, что Вас внимательно выслушали.

◆Не извиняйтесь за свои замечания, иначе это будет выглядеть как Ваша неуверенность в том, что Вы говорите.

◆Если Вы хотите, чтобы действенность Вашей критики была выше, научитесь воспринимать ее и в свой адрес, как бы трудно для Вас это ни было. Так легче войти в роль того, кого критикуете Вы, почувствовать то, что чувствует Ваш партнер.

### **Выслушивая критику:**

- ◆Сохраняйте спокойствие и дайте понять партнеру, что Вы его слушаете.
- ◆Не показывайте, что критикующий Вас партнер портит Вам настроение.
- ◆Не отшучивайтесь, не меняйте тему разговора.
- ◆Не приписывайте партнеру того, чего он не говорил.
- ◆Если критическое замечание высказано некорректно, не используйте это для полемики, а постарайтесь вопросами уточнить, что же имел в виду Ваш партнер.
- ◆Не приписывайте критикующему Вас партнеру скрытых враждебных мотивов.

◆ Дайте понять партнеру, что Вы его критику поняли.

## **Секреты успешного общения по телефону**

Профессиональное умение общаться по телефону заключается во владении своим голосом и телом, речью, темой беседы, необходимой информацией по профилю разговора и в контроле над своими эмоциями, временем разговора, назначением и целью звонка.

### **Подготовка к телефонному общению:**

1. Кому я хочу/ должен позвонить. Кто и с какой целью может / должен позвонить мне.
2. В какое время лучше сделать / принять звонки.
3. Чётко обозначьте цель звонка, если звоните Вы. Чего вы можете / должны достичь в процессе разговора, если звонят Вам.
4. Какие документы могут потребоваться для разговора (приготовить и всегда держать под рукой). Если, на ваш взгляд, чего-то не хватает, спросите у руководителя. Постоянно обновляйте информацию!
5. Наметить несколько вариантов плана разговора (благоприятное развитие разговора; несколько затруднённый разговор; неблагоприятное развитие разговора).
6. Какие вопросы я хочу, могу, должен задать собеседнику для выяснения всей необходимой для результативного контакта информации.
7. Нужна ли для решения вопроса последующая встреча с абонентом. Как её назначить, где она должна проходить, с чьим участием.
8. Как и где я зафиксирую сам звонок, последовательность, суть, результат разговора, а также собственные ощущения от разговора и интересные детали.
9. По каким признакам, критериям я смогу оценить результативность разговора. (Правильно поставленная цель – это результат, который вы хотите получить).
10. По каким критериям я проанализирую плюсы и минусы своей работы по телефону.
11. КАК я буду разговаривать по телефону - тон, тембр, скорость речи, настроение, улыбка, приветливость, заинтересованность и т.д.

### **Алгоритм ведения телефонного разговора:**

1. Вступление в контакт.
2. Установление взаимопонимания.
3. Выяснение/пояснение цели звонка.
4. Работа над решением вопроса.
5. Завершение контакта.

### **Основные правила общения по телефону:**

1. Деловой звонок обязательно начинайте с приветствия: доброе утро, добрый день и т.д. Это не только проявление вежливости, так вы даете собеседнику время сообразить, кто вы, и сосредоточиться на возможной цели вашего звонка.

Если звонят вам, не забывайте, что человек, ожидающий, пока вы снимите трубку, отвлекается — даже если это продолжается в течение трех сигналов вызова (установленный во многих организациях порог ответа). В результате он часто не может сосредоточиться в первые несколько секунд разговора. Если вы сразу же произнесете название своей организации, абонент может не уловить его, а переспросить постесняется. Это приводит к потере времени — его и вашего — и такой ситуации легко избежать. Поздоровавшись, назовите свою организацию и/или номер телефона, чтобы абонент удостоверился, что он попал туда, куда нужно. Ошибка обнаруживается сразу же, и это позволяет не тратить зря времени.

И, наконец, называя себя, вы с самого начала устанавливаете с собеседником позитивные отношения. При этом и ваша организация, и вы сами представляетесь ему более радушными и дружелюбными.

Никогда не спрашивайте незнакомого человека: «Как дела?» Это звучит фальшиво. Никогда не заявляйте собеседнику: «Вы меня не знаете». Это указывает на недостаток уверенности в себе.

2. Тщательно выбирайте время для деловых звонков. Самые неудачные часы – рано утром или поздно вечером.

Обязательно спрашивайте: «У вас есть минутка для короткого разговора или мне перезвонить в другое время?» Предложите время для разговора, если человек в данный момент не может с вами поговорить: "В 10 часов вас устроит?"

3. При помощи метода **ВИЖД** убедитесь, что вас слушают. Эта аббревиатура состоит из начальных букв ключевых элементов успешного звонка.

**В. Внимание.** Вы должны заставить собеседника сосредоточиться и внимать вашим словам.

**И. Интерес.** Чтобы поддерживать внимание собеседника, ваше сообщение должно учитывать фактор интереса.

**Ж. Желание.** Ваши слова должны пробудить у собеседника желание.

**Д. Действие.** Ваше сообщение должно заканчиваться четко сформулированным планом действий.

4. Обязательно называйте собеседника по имени. Если вы только что познакомились, постарайтесь, чтобы его имя запечатлелось у вас в памяти. Этого можно добиться, повторив его про себя несколько раз, а затем часто его используя.

По окончании разговора запишите имя собеседника, а также другую информацию о нем, полученную во время беседы. Аккуратно храните эти записи. Они помогут вам установить нужные отношения при последующих звонках.

5. Улыбайтесь во время телефонного разговора. Улыбка не только помогает передать собеседнику ваш энтузиазм, но и подпитывает вас энергией.

6. Помните, что звучание вашего голоса определяется позой, осанкой, мимикой, жестами, которыми вы привыкли сопровождать свою речь. Будьте подтянуты, собраны, естественны, заинтересованы в собеседнике.

8. Поощряйте сотрудничество при помощи фразы: "Вы согласны?" Это позволит вам вовлечь собеседника в разговор, уточнить его позицию, возможно, добиться согласия в завершающей стадии разговора.

9. Никогда не отвечайте на телефонный звонок, когда вы едите, пьете или разговариваете с кем-то другим. Ни в коем случае не закрывайте телефонную трубку рукой, чтобы обратиться к стоящему рядом с вами человеку. Это выдает ваш крайний непрофессионализм.

10. Обязательно прощайтесь с собеседником: умение эффективно закончить разговор по телефону не менее важно, чем умение донести свои мысли до слушателя. Слишком длинный разговор способен вызвать смущение, скуку или раздражение собеседника.

Чтобы должным образом завершить разговор, используйте **технику ВТЗ** (вежливость-твердость-законченность):

**Будьте вежливы.** Если вы имеете дело с незнакомым человеком, включите его имя в свое последнее предложение. Если вы хотите, чтобы собеседник запомнил те или иные факты, повторите их сразу же после прощания.

**Будьте твердыми.** Не позволяйте вовлечь себя в не имеющую отношения к делу дискуссию. Если вам трудно это сделать, для подстраховки имейте под рукой несколько благовидных предлогов, например: «Прошу прощения, меня зовут к другому телефону». Обычно — если ваш тон доброжелателен — собеседник понимает намек, что пора прощаться.

**Заканчивайте разговор.** Только обязательно позвольте собеседнику первым повесить трубку. Если это сделаете вы, то разговор закончится на психологически не очень дружественной ноте.

11. Извлекайте уроки из каждого общения по телефону: профессионалы – это люди, которые учатся всегда. После каждого телефонного разговора проанализируйте свои удачи и недоработки, находки и ошибки. Классифицируйте звонки и людей, с которыми вам приходится иметь дело, выведите модели собственного поведения в разных ситуациях и зафиксируйте их для себя. Это может стать вашим личным учебным пособием по эффективному общению.

## Памятка о совещаниях

**Совещания** – это один из наиболее часто используемых и эффективных способов служебной деловой коммуникации. Совещания бывают **инструктивными**, когда до участников доводится какая-либо информация, ставятся определенные цели, задачи; **оперативными** – на них выясняется состояние дел по текущему моменту, происходит обмен мнениями и выработка единой тактики действия по определенной ситуации; **проблемными** – выработка коллективного решения по комплексным вопросам деятельности организации, формирование общей стратегической программы действий.

1. Прежде, чем проводить совещание, убедитесь, действительно ли оно необходимо.
2. Помните, что совещание – один из самых дорогостоящих видов служебной деятельности. Лучше проводить совещание реже, но по большему числу вопросов.
3. Не жалейте времени на подготовку. Неподготовленное совещание – не эффективно.

4. Дайте участникам совещания возможность собраться с мыслями: сообщайте заранее повестку дня.
5. Приглашайте на совещание только тех, без кого оно будет не эффективным.
6. Позаботьтесь об удобном помещении для проведения совещания. Каждый участник должен без труда видеть и слышать выступающего.
7. Регламент – закон совещания. Начинайте совещание точно в назначенное время. Не препятствуйте желающим выступить, но пресекайте многословие и повторы.
8. Помните, что отказ от перерывов удлиняет совещание. Иногда перерыв помогает решить спорный вопрос, обсуждение которого зашло в тупик.
9. Стремитесь к открытой, спокойной, деловой атмосфере на совещании. Будьте доброжелательны к участникам, никогда не повышайте голос.
10. Обсуждайте мнение, а не человека. Помните, что основная задача совещания – не выяснять, кто виноват, а определить, что делать.
11. Не принуждайте слушать выступления и выступать. Добивайтесь активности участников тщательной подготовкой и хорошей организацией совещания.
12. Следите за конкретностью принимаемых решений, контролируйте их выполнение.
13. В заключение не забудьте поблагодарить всех за участие в работе совещания

### **Техники аргументации в деловом общении:**

#### **1. Оперировать простыми, ясными и точными понятиями.**

#### **2. Ведите аргументацию корректно по отношению к партнеру:**

- открыто и сразу признавайте правоту партнера, если он прав;
- продолжайте оперировать только теми аргументами и понятиями, которые уже приняты Вашим партнером;
- сначала ответьте на аргументы партнера, а уж потом только приводите свои собственные;
- в любой ситуации сохраняйте вежливость.

#### **3. Учитывайте личностные особенности Вашего партнера:**

- нацеливайте Вашу аргументацию на цели и мотивы партнера;
- старайтесь избегать простого перечисления фактов или аргументов, лучше покажите преимущества их;
- употребляйте только понятную Вашему партнеру терминологию;
- соизмеряйте темп и насыщенность Вашей аргументации с особенностями восприятия ее Вашим партнером.

**4. Старайтесь как можно нагляднее изложить партнеру свои идеи, соображения, доказательства.**

**5. Помните о том, что излишне подробная аргументация, "разжевывание" Вашей идеи может вызвать резкое неприятие со стороны партнера, лучше иметь в запасе несколько ярких доводов.**

#### **6. Используйте специальные приемы аргументации:**

*Метод перелицовки.* Постепенное подведение партнера к противоположным выводам путем поэтапного прослеживания процедуры решения проблемы вместе с ним.

*Метод "Салями".* Постепенное подведения партнера к полному согласию с Вами путем получения от него согласия сначала в главном, а затем в необходимых для полного согласия частностях. (П.Милич. Как проводить деловые беседы)

*Метод расчленения.* Разделение аргументов партнера на верные, сомнительные и ошибочные с последующим доказательством несостоятельности его общей позиции.

*Метод положительных ответов.* Ваш разговор с партнером строится таким образом, чтобы он на Ваши первые вопросы обязательно отвечал "Да... Да...". В последующем ему будет намного проще соглашаться с Вами и по более существенным вопросам.

*Метод классической риторики.* Соглашаясь с высказываниями партнера, вы внезапно опровергаете все его доказательства с помощью одного сильного аргумента. Это метод особенно хорош, если Ваш партнер излишне агрессивен.

*Метод замедленного темпа.* Умышленно замедленное проговаривание вслух наиболее слабых мест в аргументации партнера.

*Метод двусторонней аргументации.* Вы указываете партнеру как сильные, так и слабые места того, что Вы предлагаете. Такой метод лучше всего применять при дискуссии с интеллектуальным партнером.

#### **Перечень выражений, запрещенных в работе:**

- Первый раз слышу!
- Звонил, но вас не было...
- Искал, но не нашел...
- А я думал...
- Это было еще до меня!
- А я докладывал!
- Наверное, команда не прошла...
- А мне никто не говорил!
- А почему?
- Не слышал...
- Не знаю...
- Не передавали...
- Хотел, но не смог...
- Я хотел, но не получилось...
- Я хотел доложить, но вас не было...
- Я ему сказал, а он не сделал...

- Меня в это время не было, кажется, болел (был в отпуске)...

Общение как взаимодействие предполагает, что люди устанавливают контакт друг с другом, обмениваются определенной информацией для того, чтобы строить совместную деятельность, сотрудничество.

Чтобы профессиональное общение происходило беспрепятственно, оно должно состоять из следующих этапов:

- установка контакта (знакомство), которое предполагает понимание другого человека, представление себя другому человеку;
- ориентировка в ситуации общения, осмысление происходящего, выдержка пауз;
- обсуждение интересующей проблемы;
- решение проблемы;
- завершение контакта (выход из него).

Служебные контакты должны строиться на партнерских началах, исходить из взаимных запросов и потребностей, из интересов дела. Психологические навыки делового общения становятся основой социальных умений человека и крайне необходимы для современного специалиста, где бы он ни работал – в бизнесе или в сфере государственного управления.

## **Практические занятия**

### **Интерактивный семинар 1. «Общение как восприятие, коммуникация и взаимодействие людей»**

Цель: познакомить с основными коммуникативными составляющими общения, освоить базовую модель коммуникации.

Вопросы для обсуждения:

1. Общение как обмен информацией (коммуникативная сторона общения).
2. Модель коммуникации.

Темы докладов:

1. Значение и функции коммуникативной стороны общения.
2. Модели коммуникации, разработанные разными авторами.
3. Характеристика базовых элементов модели коммуникации.
4. Понятие коммуникативной компетентности и ее составляющие.

Образовательные технологии: обсуждения, дискуссии.

Задания для самостоятельной работы: работа с литературой по тематике, проведение самоанализа на умение избегать помех при общении, наблюдение за моделями общения между людьми.

Формы контроля самостоятельной работы студентов: опрос.

### **Интерактивный семинар 2. «Вербальный и невербальный инструментальный делового общения»**

Цель: познакомить с основными вербальными и невербальными составляющими делового общения, освоить основные понятия культуры речи.

Вопросы для обсуждения:

1. Речь – важнейшее средство общения людей.
2. Особенности деловой речи.
3. Невербальные средства общения.
4. Кинесические и проксемические особенности невербального общения.



Темы докладов:

1. Культура и правила вербального общения.
2. О чем и как говорит "язык тела", мимики и жестов.
3. Значение просодики и экстралингвистики в деловом общении.
4. Такесика и ее значение в общении.

Образовательные технологии: обсуждения, дискуссия.

Задания для самостоятельной работы: работа с литературой по тематике; проведение самооценки своих ораторских способностей и умения понимать невербальные реакции людей.

Формы контроля самостоятельной работы студентов: опрос, заслушивание доклада.

### **Интерактивный семинар 3.**

#### **«Понятие, виды и формы делового общения»**

Цель: разобраться в понятии «Деловое общение», познакомиться с основными видами, средствами, формами делового общения.

Вопросы для обсуждения:

1. По каким критериям может классифицироваться деловое общение.
2. Типы делового общения и особенности их использования.

Темы докладов:

1. Определения делового общения, их сходство и различия.
2. Устное и письменное деловое общение.
2. Средства общения.

Образовательные технологии: обсуждение, дискуссия.

Задания для самостоятельной работы: работа с литературой по тематике.

Формы контроля самостоятельной работы студентов: опрос.

### **Интерактивный семинар 4. «Личные и неличные формы и средства делового общения»**

Цель: освоить методiku и технику подготовки к различным формам общения

Вопросы для обсуждения:

1. Основные формы монологического делового общения.
2. Основные формы диалогического делового общения.
3. Правила подготовки публичного выступления.

Темы докладов:

1. Особенности построения приветственной речи, доклада, публичного выступления как форм монологического общения.
2. Общие правила проведения "круглого стола", "мозгового штурма", деловой игры и их особенности.
3. Формы коллективного обсуждения спорных положений (спор, полемика, дискуссия и т. п.) и их особенности.
4. Правила подготовки публичного выступления.

Образовательные технологии: обсуждения, дискуссии.

Задания для самостоятельной работы: работа с литературой по тематике, подготовка текстов разных видов публичных выступлений.

Формы контроля самостоятельной работы студентов: опрос.

## **Интерактивный семинар 5. «Технологии подготовки и проведения деловых переговоров»**

Цель: познакомиться с основными технологиями подготовки и проведения деловых переговоров.

Вопросы для обсуждения:

1. Основные подходы к проведению переговоров.
2. Модель и базовые элементы переговоров.
3. Правила подготовки к проведению переговоров.

Темы докладов:

1. "Мягкие" переговоры: стратегия и тактика проведения.
2. Особенности позиционных переговоров и подготовки к ним.
3. Стратегия и тактика подготовки и проведения переговоров по существу.

Образовательные технологии: обсуждение, дискуссия.

Задания для самостоятельной работы: работа с литературой по тематике, проведение наблюдений за переговорным процессом в повседневной практике.

Формы контроля самостоятельной работы студентов: опрос, заслушивание доклада.

## **Интерактивный семинар 6. «Этика и культура деловых, в том числе служебных, коммуникаций»**

Цель: познакомиться с основными этическими правилами делового общения, этикой делового общения «по вертикали», "по горизонтали".

Вопросы для обсуждения:

1. Понятие этики делового общения.
2. Основные принципы этики делового общения между руководителем и подчиненным.

Темы рефератов:

1. Понятия "этикет", "культура поведения", "деловой этикет".
2. Служебный этикет. Деловые приветствия и представления.
3. Основные заповеди делового этикета.

Образовательные технологии: обсуждения, дискуссии.

Задания для самостоятельной работы: работа с литературой по тематике – реферирование одного из источников.

Формы контроля самостоятельной работы студентов: опрос, проверка рефератов.

## **Интерактивный семинар 7. «Правила вербального этикета. Культура телефонного общения»**

Цель: познакомиться с правилами речевого этикета, освоить культуру телефонного общения.

Вопросы для обсуждения:

1. Понятие и устойчивые формулы речевого этикета.
2. Телефонный разговор как инструмент общения.

Темы докладов:

1. Какой должна быть грамотная речь делового человека.
2. Деловое общение по телефону: основные правила и нормы.

Образовательные технологии: обсуждения, дискуссии.

Задания для самостоятельной работы: работа с литературой по тематике, подготовка доклада.

Формы контроля самостоятельной работы студентов: опрос, заслушивание доклада.

### **Интерактивный семинар 8. «Правила деловой переписки. Ведение совещаний»**

Цель: освоить правила деловой переписки и принципы подготовки и ведения совещаний.

Вопросы для обсуждения:

1. Форма, текст, содержание письменных документов.
2. Совещание как одна из форм делового общения.

Темы докладов:

1. Деловая корреспонденция, правила ее подготовки и прохождения.
2. Правила подготовки и проведения совещаний.

Образовательные технологии: обсуждение, дискуссия.

Задания для самостоятельной работы: работа с литературой по тематике, подготовка докладов.

Формы контроля самостоятельной работы студентов: опрос, заслушивание доклада.

### **Задания для самостоятельной работы студентов**

1. Проработать литературные и иные источники по тематике семинара. Понаблюдать за моделями общения между людьми. Провести самоанализ на умение избегать помех при общении.
2. Проработать литературные и иные источники по тематике семинара. Провести самооценку своих ораторских способностей и умения понимать невербальные реакции людей.
3. Подготовить тексты разных видов публичных выступлений.
4. Провести наблюдение за переговорным процессом в повседневной практике. Проработать литературные и иные источники по тематике семинара.
5. Работа с литературой по тематике – реферирование одного из источников по теме семинара.

### **Темы для докладов**

1. Деловое общение как профессиональная речевая деятельность.
2. Влияние личностных качеств на общение.
3. Язык тела и его коммуникативный потенциал.
4. Восприятие человека по выражению лица, жестикуляции, внешнему виду.
5. Паралингвистические составляющие делового общения.
6. Роль пространственной ориентации, расстояний в деловом общении.
7. Невербальные составляющие имиджа человека.
8. Как спланировать эффективные переговоры.

9. Характеристика различных подходов к проведению переговоров.
10. Содержание и специфика основных этапов подготовки и проведения переговоров.
11. Методы эффективного реагирования в переговорном процессе.
12. Создание благоприятного психологического климата во время переговоров.
13. Основные правила и особенности делового общения по телефону.
14. Правила подготовки и проведения совещаний, задачи ведущего совещание.
15. Модель делового письма, его композиционная и речевая конструкция.

### **Примерный перечень вопросов для подготовки к зачету**

1. Дайте определение понятия "общение". Три стороны общения, их характеристика.
2. Модель коммуникации. Характеристика и значение ее составляющих.
3. Роль ответной реакции и обратной связи в деловом общении.
4. Виды коммуникативных барьеров и способы их преодоления.
5. Охарактеризуйте основные формы делового общения и их особенности.
6. Дайте определения беседы, обсуждения, собеседования как форм делового общения, их отличия друг от друга.
7. Сформулируйте и охарактеризуйте опорные пункты разговора.
8. Дайте определение "мозгового штурма", "круглого стола" и командной деловой игры, расскажите об их различиях.
9. Чем отличаются друг от друга формы аргументации в споре, собеседовании, дискуссии, полемике, дебатах, прениях и диспуте?
10. Охарактеризуйте значение вербальной составляющей и ее культуры в деловом общении.
11. Что такое коммуникативная культура? Какие личностные качества субъекта общения определяют уровень его коммуникативной культуры?
12. В чем выражается техника активного слушания? Способы ее применения.
13. Сформулируйте и объясните ошибки при слушании, какова методика их устранения.
14. Роль речевого и невербального поведения в деловом общении.
15. В чем заключаются трудности коммуникации и коммуникативные ошибки.
16. Какое значение в деловой коммуникации имеют личные установки, отрицательные эмоции, барьеры восприятия?
17. Что включают в себя барьеры речи? Способы их преодоления.
18. Что включается в понятия "барьер первого впечатления" и "барьер взаимопонимания"? Каковы способы их преодоления.
19. Характеристики основных принципов взаимопонимания в деловом общении.
20. Расскажите о правилах подготовки и проведения публичного выступления.
21. Виды и функции невербальных коммуникаций.
22. Приведите классификацию средств общения.
23. Охарактеризуйте кластеры открытости и закрытости в общении.
24. Расскажите о невербальных проявлениях состояний раздумья и критичности.
26. Сформулируйте кластеры потери интереса, отрицания, эмоционального напряжения.
27. Опишите невербальное выражение состояния самоконтроля.
28. Расскажите об особенностях "языка глаз".

29. Что входит в "язык" жестов в коммуникации?
30. Как "читать язык" тела в деловом общении?
31. Как влияет на психологический климат делового общения взаимное расположение собеседников, дистанция между ними.
32. В чем сходство и различие между очной деловой беседой и телефонным разговором?
33. Этические нормы и правила поведения при телефонном разговоре.
34. Требования к оформлению и содержанию деловой переписки. Культура делового письма.
35. Цели, стадии подготовки и этапы деловых переговоров.
36. Сущность основных подходов к ведению переговоров, основные техники их проведения.
37. Что такое "стиль руководства", от каких факторов он зависит?
38. Охарактеризуйте основные стили поведения руководителя в конфликтной ситуации.
39. Дайте определение понятия "этика делового общения", какова роль этики в деловом общении?
40. Какие существуют средства и способы повышения уровня этичности делового общения?
41. Коммуникативная компетентность – что это такое, каковы ее составляющие?

### Основная рекомендуемая литература

1. Аминов И.И. Психология делового общения. М., 2007.
2. [Введенская Л. А.](#) Русский язык и культура речи: учеб. пособие для вузов. Ростов н/Д : Феникс, 2008.
3. Ващенко Е.Д. Русский язык и культура речи. Ростов Н/Д.: Феникс, 2007.
4. Ковальчук А.С. Основы делового общения: Уч. пособие для студентов вузов. М.: Дашков и К, 2010.
5. Ковальчук А.С. Основы имиджологии и делового общения: учеб. пособие для студентов вузов. Ростов н/Д : Феникс, 2009.
6. Корпоративная культура делового общения: Главные правила общения и поведения в современном обществе. М., 2007.
7. Кузнецов И.Н. Деловая этика и деловой этикет. Ростов Н/Д.: Феникс, 2007.
8. Кузнецов И.Н. Деловое общение: Уч. пособие для студентов вузов. М.: Дашков и К, 2007.
9. Кукушин В.С. Деловой этикет: Уч. пособие для студентов вузов. М.: ИЦ Март, 2008.
10. Панасюк А.Ю. Формирование имиджа: стратегия, психотехнологии, психотехники. М., 2008.
11. Панфилова А.П. Деловая коммуникация в профессиональной деятельности. - СПб., 2007.
12. Пашкина Т.А. Общение как социальное умение человека. Саратов, 2008.
13. Пашкина, Татьяна Александровна. Практика делового общения: электрон. учеб.-методич. пособие / Т.А.Пашкина. – Саратов, 2011. - 25с.  
[Library.sgu.ru/uch\\_lit/204.pdf](http://Library.sgu.ru/uch_lit/204.pdf)

## Дополнительная литература

1. Акишина А.А., Кано Х. Жесты и мимика в русской речи. М., 1991.
2. Андреев В.И. Деловая риторика. Казань, 1993.
3. Аронсон Э. Психологические законы поведения человека в социуме. СПб., 2002.
4. Басков М.И. Основы делопроизводства в вопросах и ответах. Ростов-на-Дону, 1997.
5. Блакар Р.М. Язык как инструмент социальной власти// Язык и моделирование социального взаимодействия. М., 1987.
6. Браим М.Н. Этика делового общения. Минск, 1996.
7. Веселов П.В. Аксиомы делового письма: культура делового общения и официальной переписки. М., 1993.
8. Вудкок М., Френсис Д. Раскрепощенный менеджер. М., 1991.
9. Головин Б. Основы культуры речи. М., 1998.
10. Дебольский М. Психология делового общения. М., 1991.
11. Жданов А.А. Как писать деловые письма на русском, английском, немецком языках. М., 1997.
12. Зазыкин В.Г., Чернышев А.П. Менеджер: психологические секреты профессии. М., 1992.
13. Зигерт В., Ланг Л. Руководить без конфликтов. М., 1990.
14. Игнатъев Д.И. Настольная энциклопедия Public Relations. М., 2003.
15. Казанцев А.А. Основы менеджмента. М.: ИНФРА-М, 2002.
16. Колтунова М.В. Деловое письмо: Что нужно знать составителю. М., 2000.
17. Культура устной и письменной речи делового человека. М., 2000.
18. Маслов Е.В. Управление персоналом предприятия. М., 2003.
19. Ниренберг Д., Калеро Г. Как читать человека словно книгу. М., 1988.
20. Персональный менеджмент. М., 2002.
21. Психология и этика делового общения. М., 1997.
22. Рахманин Л.В. Стилистика деловой речи и редактирование служебных документов. М., 1997.
23. Русский язык и культура общения для деловых людей. Саратов, 1997.
24. Спивак В.А. Этика делового общения и делопроизводство: Учебн. пособие. СПб., 1994.
25. справочник по деловой переписке. М., 1996.
26. Ходжсон Дж. Эффективное ведение переговоров: тактика быстрого реагирования. М., 2002.
27. Царский В. Современный психологический справочник менеджера. М., 2002.
28. Энциклопедия офиса: Руководство для секретаря. М., 1995.

### Дополнительный список литературы, имеющейся в научной библиотеке СГУ

1. А886944-ОХФ-ЧЗ-3

[Аминов, Илья Исакович.](#)

Психология делового общения [Текст] : [пособие] / И. И. Аминов. - М.:  
Омега-Л, 2005. – 303 с.

2. А979077-ОХФ

[Барышникова, Елена Николаевна.](#)

Речевая культура молодого специалиста [Текст] : учеб. пособие / Е. Н. Барышникова, Е. В. Клепач, Н. А. Красс. - 4-е изд. - М. : Флинта : Наука, 2008. - 223с.

3. А979903-ОХФ

[Введенская, Людмила Алексеевна.](#)

Деловая риторика [Текст] : учеб. пособие для вузов / Л. А. Введенская, Л. Г. Павлова. - 4-е изд. - М. ; Ростов н/Д : МарТ, 2008. - 503 с.

4. Учебная литература, А977829-ОХФ-ЧЗ-6,

[Введенская, Людмила Алексеевна.](#)

Русский язык и культура речи [Текст] : учеб. пособие для вузов / Л. А. Введенская, Л. Г. Павлова, Е. Ю. Кашаева. - 24-е изд. - Ростов н/Д : Феникс, 2008. - 539с.

5. Учебная литература, А978735-ОХФ-ЧЗ-4,

[Введенская, Людмила Алексеевна.](#)

Русский язык и культура речи [Текст] : учеб. пособие для вузов / Л. А. Введенская, Л. Г. Павлова, Е. Ю. Кашаева. - 25-е изд. - Ростов н/Д : Феникс, 2008. - 539 с.

6. Учебная литература, А985528-ОХФ-ЧЗ-3, А985529-ОХФ-ЧЗ-4,

[Введенская, Людмила Алексеевна.](#)

Русский язык и культура речи [Текст] : учеб. пособие для вузов / Л. А. Введенская, Л. Г. Павлова, Е. Ю. Кашаева. - 29-е изд. - Ростов н/Д : Феникс, 2010. - 539с.

7. А983593-ОХФ

[Воровченко, Лидия Васильевна.](#)

Стиль и техника составления документа [Текст] : учеб. пособие / Л. В. Воровченко ; Федер. гос. образоват. учреждение высш. проф. образования "Самарская государственная академия культуры и искусств". - Самара : Самар. гос. акад. культуры и искусств [изд.], 2009. - 233с.

8. А966936-ОХФ, А966937-ОХФ

[Громова, Наталья Михайловна.](#)

Деловое общение [Текст] / Н. М. Громова ; Всерос. акад. внеш. торговли. - М. : Экономика, 2005. - 132с.

9. Учебная литература, А977876-ОХФ, А977877-ОХФ,

[Ковальчук, Аделаида Сергеевна.](#)

Основы имиджологии и делового общения [Текст] : учеб. пособие для студентов вузов / А. С. Ковальчук. - 5-е изд., доп. и перераб. - Ростов н/Д : Феникс, 2007. - 282с.

10. Учебная литература, А985544-ОХФ, А985545-ОХФ, А985546-ОХФ-ЧЗ-4,

[Ковальчук, Аделаида Сергеевна.](#)

Основы имиджологии и делового общения [Текст] : учеб. пособие для студентов вузов / А. С. Ковальчук. - 6-е изд., доп. и перераб. - Ростов н/Д : Феникс, 2009. - 282с.

11. А911111-ОХФ

[Кузнецов, Игорь Николаевич.](#)

- Современная деловая риторика [Текст] / И. Н. Кузнецов. - М. : ГроссМедиа РОСБУХ, 2007. - 318с.
12. А979095-ОХФ-СБО  
Культура устной и письменной речи делового человека [Текст] : справочник : практикум. - 14-е изд. - М. : Флинта : Наука, 2008. – 313 с.
13. N020269-ОХФ-МЕДИАЗАЛ  
Лосева, О. А.  
Культура делового общения [Электронный ресурс] : конспект лекций / О. А. Лосева. - Электрон. текстовые дан. - М. : Равновесие [оболочка, оформление, издание] : Экслибрис [информационные материалы], 2006. - 1 эл. опт. диск (CD-ROM). - (Электронный учебник).
14. А970000-ОХФ  
Мазилкина, Елена Ивановна.  
Искусство успешной презентации [Текст] : практ. пособие / Е. И. Мазилкина. - М. : ГроссМедиа : РОСБУХ, 2007. - 247с.
15. А968933-ОХФ, А968934-ОХФ, А968935-ОХФ, А968936-ОХФ, А968937-ОХФ  
Макаров, Борис Фёдорович.  
Деловой этикет и общение [Текст] : учеб. пособие для вузов / Б. Ф. Макаров, А. В. Непогода. - М.: Юстицинформ, 2006. – 239 с.
16. А978560-ОХФ, А978561-ОХФ, А978562-ОХФ-ЧЗ-4  
Мальханова, Инна Анатольевна.  
Деловое общение [Текст] : учеб. пособие для вузов / И. А. Мальханова. - М. : Фонд "Мир" : Акад. Проект, 2008. – 243 с
17. А970044-ОХФ  
Михайлова, Елена Витальевна.  
Обучение самопрезентации [Текст] : учеб. пособие / Е. В. Михайлова ; Гос. ун-т Вышш. шк. экономики. - 2-е изд. - М. : Изд. дом ГУ ВШЭ, 2007. – 166 с.
18. А978577-ОХФ, А978578-ОХФ-ЧЗ-4, А978579-ОХФ-ЧЗ-4  
Морозов, Александр Владимирович.  
Деловая психология [Текст] : учеб. для студентов вузов / А. В. Морозов. - 3-е изд., испр. и доп. - М. : Акад. Проект, 2005. – 1035 с.
19. А978583-ОХФ, А978584-ОХФ-ЧЗ-6, А978585-ОХФ-ЧЗ-4  
Морозов, Александр Владимирович.  
Социальная психология [Текст] : учебник / А. В. Морозов. - М. : Акад. Проект, 2008. – 335 с.
20. Учебная литература, А976964-ОХФ, А976965-ОХФ, А976966-ОХФ, А977938-ОХФ,  
Павлова, Людмила Григорьевна.  
Основы делового общения [Текст] : учеб. пособие / Л. Г. Павлова ; под ред. Л. А. Введенской. - Ростов н/Д : Феникс, 2008. – 311 с.
21. А886696-ОХФ, А888606-ОХФ  
Поваляева, Мария Афанасьевна.  
Невербальные средства общения [Текст] : учебное пособие / Мария Афанасьевна Поваляева, Ольга Александровна Рутер. - Ростов н/Д : Феникс, 2004. – 345 с.



22. Учебная литература, А886858-ОХФ, А886859-ОХФ-ЧЗ-6,  
Русский язык и культура речи [Текст] : учебник / В. И. Максимов, Н. В. Казаринова, Н. Р. Барабанова. - 2-е изд., стер. - М. : Гардарики, 2005. – 408 с.
23. А886860-ОХФ, А886861-ОХФ, А886862-ОХФ-ЧЗ-6  
Русский язык и культура речи [Текст] : практикум по курсу : учеб. пособие для студентов высш. учеб. заведений / В. И. Максимов, Н. В. Казаринова, Л. В. Сретенская. - 2-е изд., стер. - М. : Гардарики, 2005. - 304 с.
24. Учебная литература, А967128-ОХФ-ЧЗ-6, А967129-ОХФ-ЧЗ-4,  
Русский язык и культура речи [Текст] : учебник / под ред. В. И. Максимова. - 2-е изд., стер. - М. : Гардарики, 2007. – 408 с.
25. А961391-ОХФ, А961392-ОХФ, А961393-ОХФ  
Столяренко, Людмила Дмитриевна.  
Психология управления [Текст] : учеб. пособие для студентов вузов / Л. Д. Столяренко. - 2-е изд. - Ростов н/Д : Феникс, 2005. – 507 с.
26. А983107-ОХФ-НМО  
Стороженко, Зоя Савельевна.  
Мастерство делового общения: путь к успеху [Текст] : учеб.-метод. практикум / З. С. Стороженко ; редсовет: О. О. Борисова [и др.]. - М. : Литера, 2009. – 126 с.
27. А964488-ОХФ  
Сутужко, Валерий Валериевич.  
Человек и общение [Текст] : учебное пособие / В. В. Сутужко ; под ред. Б. А. Зильберта. - Саратов : Приволж. кн. изд-во, 2005. – 200 с.
28. А981056-ОХФ-ЧЗ-6  
Чтобы вас понимали. Культура русской речи и речевая культура человека [Текст] / под ред. О. Б. Сиротининой. - М. : Кн. дом "ЛИБРОКОМ", 2009. – 268 с.
29. А887964-ОХФ  
Шапарь, Виктор Борисович.  
Этика и психология менеджмента [Текст] : учеб. пособие / В. Б. Шапарь, В. Н. Мирошниченко; под общ. ред. Ю. Л. Неймера. - Ростов н/Д : Феникс, 2002. – 382 с.

## Глоссарий

**Вербальное общение** (от лат. *verba* - словесный) – словесное, речевое общение.

**Восприятие** (в деловом общении) – целостный образ партнера по общению на основе его внешнего вида и поведения. В такого рода восприятии особо выделяется информация, способствующая адекватной оценке личностных свойств деловых партнеров и существующих обстоятельств.

**Делегирование полномочий** – управленческий прием, заключающийся в передаче подчиненным части обязанностей, прав и соответствующей ответственности из сферы действий руководителя.

**Диалог** (от греч. *dialogos*) – форма устной речи, разговор двух или нескольких лиц. В деловом общении представляет собой взаимный обмен информацией и учет каждым его участником психических состояний собеседников и их интересов.

**Индивидуальность** – совокупность неповторимых, уникальных свойств данного человека, отличающих его от других людей. В социальной психологии – противоположность уникальных психических характеристик человека групповым (коллективным).

**Интеллект** (от лат. *intellektus* – познание, понимание, рассудок) – человеческая способность мыслить, рационально познавать мир.

**Коммуникация** (от лат. *communico* – связываю, общаюсь) – общение, передача информации. Коммуникация в деловом общении есть обмен информацией, значимой для участников общения.

**Конгруэнтность** (от лат. *congruens* – совпадающий) – понятие, играющее важную роль в гуманистической психологии К. Роджерса, в трактовке которого оно означает «соответствие опыта, осознания и сообщения». Чем больше люди убеждаются в том, что сообщения каждого из них соответствуют имеющемуся опыту и его правильному осознанию, тем больше будет их доверие друг другу и удовлетворение общением между собой. В более узком понимании понятие «конгруэнтность» означает соответствие невербального поведения партнеров их речевым высказываниям. Несоответствие в этом является сигналом лжи.

**Конфликт** (от лат. *conflictus* – столкновение) – высшая степень развития социальных противоречий, острое столкновение противоположно направленных мнений, позиций, сил. В деловом общении конфликты возникают, как правило, на уровне межличностного общения партнеров. Выделяют *объективную и субъективную* стороны конфликтов. Первая представляет собой те объективные обстоятельства, в связи с которыми и по поводу которых возник конфликт, вторая — сознание и воля участников конфликта. Существуют разные виды конфликтов и способы их разрешения.

**Лидер** (от англ. *leader* – ведущий, руководитель) – человек, обладающий наибольшим авторитетом и влиянием в группе, организации, политической партии, государстве. Выделяют *формальных и неформальных* лидеров. Деятельность первых регламентируется определенными формальными актами — законодательными, программными, уставными и т.д. в соответствии с их государственным, партийным и другим статусом. Деятельность неформальных лидеров официально не регламентируется. Их влияние на людей основывается на их личных качествах, авторитете, умении убеждать своих сторонников, завоевывать их доверие и симпатии, вести их за собой. В деловом общении могут действовать как формальные, так и неформальные лидеры.

**Межличностное общение** – общение между отдельными личностями, обусловленное обстоятельствами природной и социальной среды, а также *личными мотивами*, проявляющимися в соответствующих потребностях, интересах, целях и идеалах тех или иных людей. Межличностное общение, как правило, эмоционально окрашено. Оно касается всех сторон жизни людей. В их межличностном общении, так или иначе, проявляется вся система существующих общественных отношений, в том числе экономических, политических, правовых, нравственных, эстетических, религиозных и др.

**Микросреда** – та часть природной и социальной среды, с которой непосредственно взаимодействуют личность или другие субъекты в процессе своей жизнедеятельности.

**Мотивы поведения** (от лат. *moveo* – двигаю) – побуждения к деятельности, связанные с удовлетворением потребностей человека; определяют активность субъекта и направленность его деятельности.

**Невербальное общение** – несловесная сторона общения с помощью мимики, визуальных контактов, жестов и т.д.

**Нерефлексивное слушание** – умение внимательно молчать, не вмешиваясь в речь собеседника своими замечаниями. Применяется в случаях, когда говорящий испытывает трудности в формулировании своих мыслей, либо слишком эмоционален или же не проявляет интереса к замечаниям слушающего его партнера.

**Общение** – определяется в психологии как взаимодействие двух или более людей, состоящее в обмене информацией познавательного, эмоционально-оценочного или другого характера.

**Общение деловое** – вид общения, определяющим содержанием которого выступает совместная деятельность людей, их общее дело. Основные особенности делового общения: 1) партнер выступает как личность значимая для других партнеров; 2) общающихся отличает достаточное понимание в вопросах дела; 3) основной задачей выступает деловое сотрудничество.

**Психология общения** – раздел общей и социальной психологии, раскрывающий психологические механизмы общения людей, прежде всего стимулы и мотивы общения, его способы и формы, складывающиеся стереотипы и «технологии» общения. В конечном счете, речь идет об оптимальных психологических принципах, способах и формах общения людей.

**Резюмирование** (от фр. *resume*) – подведение итогов беседы, соединение ее фрагментов в единое смысловое целое. Применяется в ходе и в конце беседы, заседаний, телефонных разговоров.

**Рефлексивное слушание** – активное слушание собеседника, постоянное реагирование на его речь. Уместно, когда необходимо уточнять смысл того, о чем говорит собеседник. Применяются следующие формы уточнения: вопросы говорящему, просьба повторить фразу; перефразирование, резюмирование.

**Ролевое поведение** (от фр. *role* – значение, род, степень участия лица в каком-либо деле) – поведение, заданное той или иной социальной ролью. Подобная роль нередко трактуется как динамическая характеристика статуса человека или социальной группы, как способ поведения, задаваемый обществом. В деловом общении ролевое поведение партнеров определяется их положением в системе существующих экономических отношений, что прямо влияет на их деловые отношения.

**Социальные стереотипы** (от греч. *stereos* – твердый и *tipos* – отпечаток) – сложившиеся в сознании отдельных людей и специальных групп устойчивые представления о тех или иных социальных явлениях, привычное отношение к ним. Можно выделить политические, моральные, религиозные и другие стереотипы – классовые, националистические, узкогрупповые и т.д. Разного рода социальные стереотипы нередко проявляются и в деловом общении.

**Стиль руководства** – совокупность применяемых руководителем методов воздействия на подчиненных, а также форма (манера, характер) применения этих методов. Определяется в основном тремя параметрами: особенностями личности руководителя, зрелостью коллектива и производственной ситуацией.

**Установка** – направленность сознания субъекта в определенную сторону и на определенную активность. Так определил данное явление человеческой психики глубоко исследовавший его грузинский психолог Д. Узнадзе. Обосновывая учение об установках сознания, мышления и поведения людей, он подчеркивал, что установки присущи как их сознательным, так и бессознательным действиям. Для возникновения той или иной установки необходимы соответствующая потребность и ситуация ее удовлетворения. Сформировавшаяся психологическая установка объективируется в деятельности людей, в создаваемых ими предметах культуры и в общении между собой.

**Этика** (от греч. *ethos* – обычай, нрав) – учение о морали и нравственности. Нередко понятия "*мораль*" и "*нравственность*" употребляются как тождественные. В других случаях понятие "*мораль*" характеризует специфические проявления общественного и индивидуального сознания (моральное сознание), а понятие "*нравственность*" употребляется для характеристики столь же специфических форм поведения людей и их отношений друг к другу (нравственное поведение, нравственные отношения). Однако подобное различие данных понятий весьма условно. Важнейшие категории этики: "добро", "зло", "справедливость", "благо", "свобода", "ответственность", "долг", "совесть", "честь" и некоторые другие.

**Этика делового общения** – учение о проявлении морали и нравственности в деловом общении, взаимоотношениях деловых партнеров.

**Этикет** (от фр. *etiquette*) – установленный порядок и внешние формы поведения где-либо, например, дипломатический этикет. *Деловой этикет* представляет собой совокупность правил и форм поведения при взаимоотношениях деловых партнеров. Они используются при знакомстве, проведении беседы, переговоров, расставании с партнером и т.д. Правила этикета, в том числе делового, включают в себе эстетические и нравственные характеристики.