

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«ТВЕРСКОЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

**О.Ю. Толкаченко**

**ДЕЛОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ**

**Учебное пособие**

**Тверь 2015**

УДК 005.57(075.8)+316.77(0.75.8)  
ББК С86я73-1  
Т52

***Рецензенты:***

Доктор экономических наук, профессор Шорохов Ю.И.  
Кандидат экономических наук, доцент Комарова Е.В.

О.Ю. Толкаченко, Деловые коммуникации: Учебное пособие – Курс лекций – Тверь ТвГУ, 2015. - 173 с. Тираж 500 экз.

Учебное пособие направлено на развитие коммуникативной компетентности профессионалов любого уровня, работающих в парадигме «человек-человек». Как известно, наличие высокого уровня культуры деловой коммуникации способствует установлению и развитию эффективных деловых связей и доверительного партнерства между людьми. Управление процессами делового взаимодействия и выстраивания эффективных рабочих контактов внутри компании – это один из очень важных инструментов развития и процветания бизнеса.

Учебное пособие может быть использовано студентами-бакалаврами, обучающимися по направлению «Менеджмент» очной и заочной форм обучения.

Обсуждено на заседании кафедры. Протокол № 3 от 10.12.2014 г.

Утверждено методической комиссией. Протокол №4 от 16.12.2014 г.

## СОДЕРЖАНИЕ

<b>ВВЕДЕНИЕ</b>	4
<b>ТЕМА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ОРГАНИЗАЦИИ КОММУНИКАЦИЙ</b>	7
1.1. Понятие коммуникации	7
1.2. Модель коммуникативного процесса	9
1.3. Виды коммуникаций	16
<b>ТЕМА 2. ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ДЕЛОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ</b>	25
2.1. Содержание общения как инструмента деловых коммуникаций	25
2.2. Перцептивная сторона деловых коммуникаций	37
2.3. Коммуникативная сторона деловых коммуникаций	43
2.4. Принципы эффективности деловых коммуникаций	48
<b>ТЕМА 3. ФОРМЫ ДЕЛОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ</b>	54
3.1. Понятие и виды деловых переговоров	54
3.2. Деловые переговоры: модели и стили	59
3.3. Виды тактик переговорного процесса	66
3.4. Публичное выступление	72
<b>ТЕМА 4. ДЕЛОВЫЕ КОНФЛИКТЫ</b>	85
4.1. Понятие и механизм зарождения конфликта	85
4.2. Виды, функции и границы конфликтов	92
4.3. Объективные причины возникновения конфликтов в организациях	101
4.4. Факторы, влияющие на возникновение конфликтов в группах	104
4.5. Методы управления конфликтами	115
<b>ТЕМА 5. КУЛЬТУРА ДЕЛОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ</b>	126
5.1. Основы деловой этики	126
5.2. Национальные особенности деловых коммуникаций	132
5.3. Атрибуты деловых коммуникаций	141
<b>ТЕМА 6. РЕКЛАМНАЯ КОММУНИКАЦИЯ</b>	148
6.1. Схема рекламной коммуникации	148
6.2. Психологические факторы формирования интереса к рекламе	154
6.3. Виды рекламного психологического воздействия	159

## ВВЕДЕНИЕ

Как известно, в бизнесе, политике успешен тот человек, который успешно работает с людьми. Всех, кто многого достиг, отличает одно общее качество – великолепное знание особенностей психологии человека и умение взаимодействовать с ним. Безусловно, наиболее успешные менеджеры неплохо разбирались в людях и считали это свое умение важнейшим качеством. Один из известнейших адептов зарубежного делового мира Дж. Рокфеллер, например, писал: «Умение общаться с людьми – это товар, который можно купить, так же, как сахар и кофе... И я заплачу за такое умение больше, чем за что-либо на свете». Знание особенностей деловой коммуникации является необходимым условием успешной деятельности современного специалиста.

Дисциплина «Деловые коммуникации» направлена на развитие коммуникативной компетентности профессионалов любого уровня и направления деятельности и является одной из базовых дисциплин для специалистов, работающих в парадигме «человек-человек». Как известно, наличие высокого уровня культуры деловой коммуникации способствует установлению и развитию эффективных деловых связей и доверительного партнерства между людьми. Управление процессами делового взаимодействия и выстраивания эффективных рабочих контактов внутри компании – это один из очень важных инструментов развития и процветания бизнеса.

### Цели дисциплины

- *знать* основные теории и концепции взаимодействия людей в организации, включая вопросы мотивации, групповой динамики, командообразования, коммуникаций, лидерства и управления конфликтами;
- *уметь* анализировать коммуникационные процессы в организации и разрабатывать предложения по повышению их эффективности;

организовывать переговорный процесс, в том числе с использованием современных средств коммуникаций;

- *владеть* навыками деловых коммуникаций.

### **Место дисциплины в структуре ООП**

Содержательно она закладывает основы знаний для освоения некоторых дисциплин базовой части профессионального цикла «Управление человеческими ресурсами») и вариативной части профессионального цикла («Маркетинговые коммуникации и пиар», «Поведение потребителей»), учебной и производственной практик, в процессе которых изучается и осваивается технология деловых коммуникаций. Учебная дисциплина непосредственно связана с дисциплинами «Основы организационного поведения», «Методы принятия управленческих решений».

### **Требования к результатам освоения дисциплины**

Процесс изучения дисциплины направлен на полное/частичное формирование следующих общекультурных и профессиональных компетенций:

- способность осуществлять деловое общение: публичные выступления, переговоры, проведение совещаний, деловую переписку, электронные коммуникации;
- владеть различными способами разрешения конфликтных ситуаций;
- способность к анализу и проектированию межличностных, групповых и организационных коммуникаций;
- владеть современными технологиями управления персоналом;
- готовность участвовать в реализации программы организационных изменений, способность преодолевать локальное сопротивление изменениям;
- способность решать управленческие задачи, связанные с операциями на мировых рынках в условиях глобализации;

- знакомство с основами межкультурных отношений в менеджменте, способность эффективно выполнять свои функции в межкультурной среде;
- владеть методами и программными средствами обработки деловой информации, способность взаимодействовать со службами информационных технологий и эффективно использовать корпоративные информационные системы.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен *иметь представление* о взаимодействии различных деловых коммуникаций; *понимать* значение национальных особенностей в деловых коммуникациях;

Внимательное прочтение текста позволит:

- *знать* основные понятия теории деловых коммуникаций, организации деловых переговоров, пути разрешения конфликтных ситуаций;
- *уметь* ясно излагать и аргументировать собственную точку зрения;
- *владеть* технологией неререфлексивного и эмпатического слушания; основами публичного выступления и ведения деловых бесед, совещаний, споров, техникой вербальных невербальных деловых коммуникаций.