

**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

ВВЕДЕНИЕ	4
ТЕМА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ОРГАНИЗАЦИИ КОММУНИКАЦИЙ	7
1.1. Понятие коммуникации	7
1.2. Модель коммуникативного процесса	9
1.3. Виды коммуникаций	16
ТЕМА 2. ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ДЕЛОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ	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
ТЕМА 3. ФОРМЫ ДЕЛОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ	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
ТЕМА 4. ДЕЛОВЫЕ КОНФЛИКТЫ	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
ТЕМА 5. КУЛЬТУРА ДЕЛОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ	126
5.1. Основы деловой этики	126
5.2. Национальные особенности деловых коммуникаций	132
5.3. Атрибуты деловых коммуникаций	141
ТЕМА 6. РЕКЛАМНАЯ КОММУНИКАЦИЯ	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.