

МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФГБОУ ВО «Кубанский государственный
аграрный университет имени И. Т. Трубилина»

Факультет управления
Кафедра педагогики и психологии

ДЕЛОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ

Методические указания
к выполнению самостоятельной работы
для обучающихся по направлению
38.03.04 Государственное и муниципальное управление

Краснодар
КубГАУ
2019

Составитель: М. Н. Кох

Деловые коммуникации : метод. указания к выполнению самостоятельной работы / сост. М. Н. Кох. – Краснодар : КубГАУ, 2019. –27 с.

Методические указания содержат рекомендации для организации самостоятельной работы обучающихся по дисциплине «Деловые коммуникации». По каждому разделу представлены основные понятия, темы докладов, рефератов, литература для самостоятельного изучения разделов и тем. Для студентов заочного отделения помещены темы контрольных работ. Для подготовки к итоговому контролю по дисциплине дан список вопросов к экзамену.

Предназначено для обучающихся очной и заочной формы обучения по направлению 38.03.04 Государственное и муниципальное управление.

Рассмотрено и одобрено методической комиссией факультета управления Кубанского государственного аграрного университета, протокол № 11 от 9.12.2019 г.

Председатель
методической комиссии

М. А. Нестеренко

© Кох М. Н., составление, 2019

© ФГБОУ ВО «Кубанский
государственный аграрный
университет имени
И. Т. Трубилына», 2019

ВВЕДЕНИЕ

Интенсивное развитие экономики, рост требований к профессиональной квалификации и личностным ресурсам специалиста влекут за собой переход к более широкому и всестороннему использованию данных психологической науки в профессиональной деятельности человека.

Профессиональная жизнь человека наполнена деловыми контактами, связями, отношениями, эффективность которых во многом определяет решение производственных задач, совместное обсуждение деловых проблем. Деловое общение на сегодняшний день самый массовый вид социального общения так как представляет собой сферу пересечения коммерческих, корпоративных, административно-правовых, экономико-правовых и дипломатических отношений.

В условиях рыночной экономики развитие эффективных коммуникационных технологий в сфере корпоративного общения является важным условием успешной профессиональной деятельности и продуктивности специалиста. Возрастает значимость общения с внешними партнерами и потребителями, а также с коллегами, контрольно-надзорными и вышестоящими органами управления.

Изучение дисциплины «Деловые коммуникации» способствует формированию у обучающихся представление о коммуникативной компетентности в профессиональной деятельности, выработке навыков и умений организации и проведения различных форм деловой коммуникации.

Представленное учебно-методическое пособие содержит материал, необходимый для организации и контроля самостоятельной работы студентов по дисциплине: основные термины и понятия, темы рефератов, докладов, вопросы к контрольной работе, список литературы для самостоятельного изучения.

Предназначено для обучающихся очной и заочной формы обучения.

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ПРОБЛЕМЫ ДЕЛОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ

Тема 1 Общение как социально-психологический механизм взаимодействия в профессиональной сфере

Вопросы для обсуждения

1. Категория «общение» в психологии.
2. Сравнительная характеристика понятий «общение», «деловая коммуникация», «взаимодействие».
3. Коммуникативный процесс и его элементы: «коммуникация», «интеракция», «социальная перцепция».
4. Деловых коммуникаций: задачи и отличительные особенности. Типы моделей коммуникационных сетей в организации.

Основные понятия и термины

Общение – сложный, многоплановый процесс установления и развития контактов между людьми (межличностное общение) и группами (межгрупповое общение), порождаемый потребностями в совместной деятельности.

Коммуникация – передача сообщения, сознательное, построенное преимущественно на рациональной основе, адресное и целесообразное влияние на взгляды и ценности собеседника.

Социальная перцепция – восприятие собеседника в процессе общения, восприятие его внешних признаков, соотнесение их с личностными характеристиками воспринимаемого индивида и интерпретацию на этой основе его поступков.

Идентификация – психологический приём понимания другого человека суть которого в предположение о внутреннем состоянии партнёра посредством попытки поставить себя на его место.

Эмпатия – особый способ понимания другого человека при котором отсутствует рациональное осмысление проблем

другого человека, преобладает стремление эмоционально откликнуться на его проблемы.

Интеракция – взаимодействие как процесс непосредственного или опосредованного воздействия субъектов друг на друга, порождающих их взаимную обусловленность и связь. Каждый из взаимодействующих субъектов выступает как причина другого и как следствие одновременного обратного влияния партнера по общению.

Деловая коммуникация – коммуникация, которая происходит в сфере официальных отношений и направлена на решение определенной проблемы или достижение конкретного результата, характеризуется общими интересами и целями взаимодействующих субъектов. Объектом исследования деловых коммуникаций являются различные аспекты общения людей в деловой сфере.

Темы докладов

1. Механизмы психологической защиты.
2. Технология делового общения.
3. Восприятие и понимание в процессе общения.
4. Стереотипы и установки восприятия.
5. Средства и методы воздействия на личность.

Тема 2 Вербальные средства общения в деловой коммуникации

Вопросы для обсуждения

1. Человеческая речь как источник информации.
2. Убедительность и эффективность речи.
3. Стили письма и речи.
4. Подтекст в деловых коммуникациях.

Основные понятия и термины

Речь – естественный звуковой язык, т.е. система фонетических знаков (слов).

Стиль речи – это система речевых средств, исторически сложившихся и социально закрепленных, которые используются при общении в зависимости от сферы направленности общения или сферы профессиональной деятельности.

Официально-деловой стиль – отличается от других стилей устойчивостью и замкнутостью. Типичной чертой официально-делового стиля является наличие в нем многочисленных речевых стандартов, клише. Многие виды деловых документов имеют общепринятые формы изложения и расположения материала. Официально-деловой стиль – это стиль документов: международных договоров, государственных актов, юридических законов, уставов, инструкций, служебной переписки, деловых бумаг.

Публицистический стиль – стиль, совмещающий в себе языковую функцию воздействия (пропаганды и агитации) с информативной функцией (сообщение новостей). В публицистическом стиле широко общественно-политическая лексика. Значительную долю стиля составляют общелитературные слова и термины.

Научный стиль – разновидностям литературного языка, которым присущ ряд общих условий функционирования и языковых особенностей: предварительное обдумывание высказывания, монологический характер, строгий отбор языковых средств, тяготение к нормированной речи.

В деловых коммуникациях научный стиль используется там, где научные разработки внедряются в производство, в инновационных бизнес-проектах.

Разговорный стиль – представляет собой функциональную систему, достаточно отличную от книжного (литературного) стиля, хотя оба стиля находятся в «одном поле». Разница в том, что книжный стиль – это более строго выстроенный, систематизированный язык, а разговорный – некодифицированный, более свободный, в меньшей степени регламентированный, но тоже литературный язык.

Подтекст – скрытый смысл высказывания, обусловленный ситуацией общения и не выраженный вербально. Подтекст не является обязательным элементом речевого взаимодействия, но

его влияние на собеседника иногда оказывается более сильным, чем непосредственное высказывание.

Темы докладов

1. Прямые смыслы высказывания и скрытые подтексты.
2. Взаимодействие функциональных стилей русского языка.
3. Доклад как жанр устной научной речи.
4. Языковые особенности речи современных политиков.
5. Нормы современного русского языка.

Тема 3 Невербальные средства общения в деловых коммуникациях

Вопросы для обсуждения

1. Взаимодействие вербальных и невербальных средств коммуникации.
2. Средства невербальной коммуникации. Кинесика. Такесика. Проксемика.
3. Ольфакторная система в деловых коммуникациях.
4. Интерпретация и контроль невербального поведения.

Основные понятия и термины

Невербальный язык – разнообразные проявления (жесты, экспрессия лица, взгляд, позы, интонационно-ритмические характеристики голоса, прикосновения), которые связаны с изменяющимися психическими состояниями человека, его отношением к партнеру, с ситуацией взаимодействия.

Невербальные средства включают в себя большой круг явлений – это не только движения тела человека и звуковая модальность речи, но и различные элементы окружающей среды, одежда, имидж человека и даже различные сферы искусства.

Кинесика – раздел паралингвистики, изучающий коммуникативные функции движений тела, совокупность значимых жестов, мимических и пантомимических движений.

Мимика – представляет собой координированные движения мышц лица, отражающие психические состояния, чувства, эмоции

Такесика – раздел паралингвистики, изучающий невербальное поведение личности, проявляющееся в тактильных проявлениях, прикосновениях субъектов взаимодействия. К такесическим средствам общения относятся динамические прикосновения в форме рукопожатия, похлопывания, поцелуя.

Проксемика – раздел паралингвистики, изучающий систему взаимного использования пространства партнерами по общению: ориентация партнеров в момент общения и дистанция между ними.

Темы докладов

1. Паралингвистика и ее средства.
2. Управление пространством и временем как средство коммуникации.
3. Ольфакторная система в деловой коммуникации.
4. Семиотика как наука о знаках.
5. Графические средства как вид паралингвистических средств.

Тема 4 Коммуникативные барьеры в деловом общении

Вопросы для обсуждения

1. Понятие «барьеры коммуникации».
2. Виды коммуникативных барьеров.
3. Слушание в деловом общении.
4. Трехактная модель выслушивания.

Основные понятия и термины

Барьеры коммуникации – препятствия на пути эффективной коммуникации, вызванные естественными, социальными и психологическими факторами, возникающими в процессе коммуникации.

Нерефлексивное слушание – это умение внимательно молчать, не вмешиваясь в речь собеседника со своими замечаниями. Такого вида слушание особенно уместно когда собеседник

проявляет такие глубокие чувства, как гнев или горе, горит желанием высказать свою точку зрения, хочет обсудить наболевшие вопросы.

Рефлексивное слушание – представляет собой процесс расшифровки смысла сообщений. Выяснить реальное значение сообщения помогают рефлексивные вопросы, среди которых выделяют перефразирование, выяснение, отражение чувств и резюмирование.

Перефразирование – собственная формулировка сообщения говорящего для проверки его точности. Ключевые фразы: «Как я понял вас...», «Вы думаете, что...», «По вашему мнению...».

Выяснение – это обращение к говорящему за уточнениями при помощи ключевых фраз типа: «Что вы имеете в виду?», «Я не понял», «Пожалуйста, уточним это».

Отражение чувств – акцент делается на отражении слушающим эмоционального состояния говорящего при помощи фраз: «Вероятно, вы чувствуете...», «Вы несколько расстроены...» и т.д.

Резюмирование – подытоживание основных идей и чувств говорящего, для чего используются фразы: «Вашими основными идеями, как я понял, являются...», «Если теперь подытожить сказанное вами, то...».

Эмпатическое слушание – позволяет как бы переживать те же чувства, которые испытывает собеседник, понимать и разделять его эмоциональное состояние. При эмпатическом слушании совершенно неуместны критика, оценка и поучения в адрес говорящего.

Темы докладов

1. Слушание в деловой коммуникации.
2. Умение слушать.
3. Трудности эффективного слушания.
4. Обратная связь.
5. Умение задавать вопросы.

Тема 5 Конфликты в деловых коммуникациях

Вопросы для обсуждения

1. Понятие и структура конфликта.
2. Типы и причины конфликтов в деловых коммуникациях.
3. Конфликты в деловых коммуникациях, пути и способы их разрешения.

Основные понятия и термины

Конфликт – столкновение противоположно направленных целей, позиций, мнений или взглядов двух или более субъектов, обычно сопровождающееся негативными эмоциями и чувствами, переживаемыми такими субъектами по отношению друг к другу.

Структура конфликта – совокупность устойчивых связей и компонентов конфликта, без которых он не может существовать как взаимосвязанный и целостный процесс.

Субъект конфликта – это активная сторона, способная создать конфликтную ситуацию и влиять на ход конфликта в зависимости от своих интересов.

Предмет конфликта – это объективно существующая или воображаемая проблема, служащая основой конфликта, из-за чего стороны вступают в противоборство.

Внутриличностный конфликт – внутриличностное противоречие, воспринимаемое и эмоционально переживаемое человеком как значимая для него психологическая проблема, требующая своего разрешения и вызывающая внутреннюю работу сознания, направленную на его преодоление.

Межличностный конфликт – самый распространенный тип конфликта, вовлекает двух или более индивидов, если они воспринимают себя как находящихся в оппозиции друг к другу относительно общего предмета потребности (расположение руководства, ресурсы и т.д.).

Конфликт между личностью и группой конфликт – возникает в случае противоречий в ожиданиях группы и отдельной личности

Межгрупповой конфликт – возникает между функциональными группами внутри организации.

Объективные причины конфликта в деловых коммуникациях – обстоятельства или условия, появляющиеся или существующие независимо от воли человека. К числу объективных причин конфликта можно отнести: причины, связанные с несовершенством организации производства и управления.

Субъективные причины конфликта в деловых коммуникациях – причины представляют собой комплекс индивидуально личностных особенностей человека, его интересов, убеждений, потребностей, ценностных ориентации.

Стратегии взаимодействия в условиях конфликта – ориентация личности (группы) по отношению к конфликту, установка на определенные формы поведения в ситуации конфликта.

Уход от конфликта – стратегия поведения в ситуации конфликта предполагающая физическое или психологическое устранение от конфликта.

Приспособление – стратегия поведения в ситуации конфликта предполагающая попытку удовлетворения интересов партнеров в ущерб своих собственных интересов.

Стратегия принуждения – стратегия поведения в ситуации конфликта предполагающая его разрешение с помощью силы, словесных нападок или манипуляции. Суть этой стратегии описывается поговоркой «кто силен, тот и прав».

Стратегия компромисса стратегия поведения в ситуации конфликта предполагающая готовность партнеров чем-то пожертвовать, чтобы найти общее в их позициях, попытку разрешить конфликт, предоставив, по крайней мере, некоторое удовлетворение обеим сторонам.

Стратегия сотрудничества – стратегия поведения в ситуации конфликта предполагающая такое разрешение конфликта, при котором учитываются потребности и вопросы каждой стороны и партнеры приходят к взаимно удовлетворяющему решению.

Темы докладов

1. Этапы разворачивания конфликта: предконфликтный, открытый, послеконфликтный.

2. Поведение руководителя в конфликтной ситуации в организации.
3. Внутриличностный конфликт работника в организации.
4. Объективные причины конфликта в организации.
5. Субъективные причины конфликта в организации.

Тема 6 Манипуляции в деловых коммуникациях

Вопросы для обсуждения

1. Представление о манипуляции в психологии.
2. Организационно-процедурные приемы манипуляции.
3. Манипулятивные приемы психологического характера или психологические уловки.

Основные понятия и термины

Манипуляция – это вид психологического воздействия, реализация которого ведет к скрытому возбуждению у другого человека намерений, не совпадающих с его актуально существующими желаниями.

Причины манипуляции – ситуации, которые создают благоприятные условия для людей, желающих поиметь что-то от других, и, которые, этой ситуацией пользуются, наличие в обществе людей, которые допускают, чтобы ими пользовались.

Манипулятор – человек, у которого в отношении к людям отсутствует искренность, его целью является получить выгоду для себя, но при этом выглядеть хорошо с точки зрения социальных норм.

Мишень психологического воздействия – это те психические компоненты объекта воздействия, на которые оказывается воздействие: способ мышления, стиль поведения, привычки; умения, навыки, квалификация потребности, интересы, склонности; мировоззрение, убеждение, верования; знания о мире вещей, о

людях, явлениях и отношениях; психические состояния, чувства и эмоции.

Контекстуальное оформление манипуляции – условия воздействия манипулятора организованные таким образом, чтобы обеспечить успех манипуляции. К условиям воздействия относят место, где непосредственно разворачивается манипуляция, оформление места, официальная либо неофициальная обстановка.

Техника присоединения в манипуляции – техника, разработанная в нейролингвистическом программировании. Присоединение происходит по позе, жестам, движениям, мимике, присоединение к ведущей репрезентативной системе (кинестетической, визуальной, аудиальной) и по эмоциональному состоянию.

Организационно-процедурные приемы манипуляции – приемы направленные на ущемление интересов деловых партнеров, принятие нужного решения, сведение переговоров к заведомо неприемлемому для противоположной стороны варианту, срыв обсуждений.

Манипулятивные приемы психологического характера или психологические уловки – это манипулятивные приемы основанные на психологическом воздействии на делового партнера с целью введения его в состояние раздражения, игре на его чувствах самолюбия, стыда, использовании проявлений и тончайших особенностей психики человека. В результате такого воздействия партнер по общению частично теряет способность здраво рассуждать и начинает реагировать на раздражители автоматически, т.е. подчиняется психологическому воздействию.

Темы докладов

1. Техники психологического воздействия на собеседника.
2. Правила нейтрализации манипуляций.
3. Причины манипуляций.
4. Логические манипуляции.
5. Психологические особенности манипулятора и жертвы манипуляций.

Темы рефератов

1. Социальные основы делового общения.

2. Мыслители древности и нового времени о людях как субъектах общения.
3. Психология народов: Х. Штейнталь, М. Лацарус, В. Вунд.
4. Психология масс: С. Сигеле и Г. Лебон.
5. Психология межличностного общения.
6. Развитие психологии личности и межличностных отношений в трудах российских ученых.
7. Проблема человеческого общения в контексте поведенческой психологии.
8. Тема общения в трудах ученых гуманистического направления.
9. Интеракционизм как теория социального взаимодействия.
10. Психоанализ – роль социальных факторов в развитии личности.

ГЛАВА 2. ОСНОВНЫЕ ФОРМЫ ДЕЛОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ

Тема 1 Деловая беседа – форма деловых коммуникаций

Вопросы для обсуждения

1. Виды деловой беседы.
2. Структура деловой беседы.
3. Типы собеседников. Вопросы собеседников и их психологическая сущность.
4. Деловой разговор по телефону.

Основные понятия и термины

Деловая беседа – речевое общение между собеседниками, которые имеют необходимые полномочия от своих организаций и фирм для установления деловых отношений, разрешение деловых проблем или выработке конструктивного подхода к их решению

Виды деловой беседы:

- беседы информационного характера;
- беседы дисциплинарного характера;

- беседы, связанные с поручением задания;
- беседы, связанные с контролем выполнения задания;
- беседы в ходе конфликтной ситуации, направленные на ее разрешение;
- беседы неформального характера для улучшения психологического климата;
- беседы – обращения с просьбой к руководителю;
- беседы при найме и увольнении;
- беседы неформального характера, как правило, необходимы руководителю для того, чтобы, зная, как складываются отношения в коллективе, какие есть "проблемные точки", чтобы вовремя включиться в решение проблем.

Структура деловой беседы. Деловая беседа состоит из пяти фаз: начало беседы, передача информации, аргументирование, опровержение доводов собеседника, принятие решения.

Начало беседы – это "мост" между партнерами по деловой коммуникации, содержанием начала беседы является выработка правильного и корректного отношения к собеседнику, создание приятной атмосферы для беседы, привлечение внимания к предмету собеседования, пробуждение интереса к беседе.

Передача информации в деловой беседе – фаза является продолжением начала беседы и переходом к фазе аргументации. Содержанием этой фазы является: сбор специальной информации по проблемам, запросам и пожеланиям собеседника и его фирмы, выявление мотивов и целей собеседника, передача запланированной информации, формирование основ для аргументации или предварительная проверка правильности отдельных узловых пунктов аргументации, анализ и проверка позиции собеседника.

Аргументирование в деловой беседе – это фаза определения позиций собеседников по данной проблеме, формирование предварительного мнения, как со стороны инициатора беседы, так и со стороны собеседника. Возможно устранение или смягчения противоречий, наметившихся до

беседы или возникшие в ходе её проведения, критическая проверка положений и фактов, изложенных собеседниками.

Опровержение доводов собеседника – фаза активного слушания и убеждения собеседника.

Принятие решения и завершения беседы – фаза достижения основной либо альтернативной цели, составление всеобъемлющего резюме беседы, понятного для всех присутствующих, с четко выделенным основным выводами, стимулирование нашего собеседника к выполнению намеченных действий, поддержание в случае необходимости в дальнейшем контакта с собеседником и их коллегами.

Деловые переговоры – процесс взаимодействия в целях достижения целей, наиболее цивилизованный способ разрешения конфликтов.

Пределы в переговорах – та точка в обсуждении проблемы, при достижении которой переговоры прекращаются, и истец добивается своих целей другим образом, максимальная жертва для достижения цели (минимальная заработная плата, за которую человек будет работать на своего работодателя).

Цель переговоров – это то, что достигается, чего стороны действительно желают получить, то, ради чего переговоры ведутся.

Переговоры с позиции силы – переговоры при которых участники переговоров – противники, цель переговоров – победа, средства возможно использовать любые, то есть для достижения поставленной цели «любые средства хороши».

Переговоры с позиции слабости – переговоры при которых участники переговоров – друзья, цель переговоров – соглашение, средства – те, которые обеспечивают соглашение: сознательные уступки, раскрытие своих намерений, способность поддаваться давлению.

Метод принципиальных переговоров – переговоры участники которых ориентированы на такой результат решения проблемы, который был бы обоснован справедливыми нормами независимо от воли и желания каждой из сторон, придерживаются справедливости.

Темы докладов

1. Передача и получение информации в деловой беседе.
2. Открытые и закрытые вопросы в деловой беседе.
3. Психологические особенности национальных стилей переговорного этикета.
4. Ошибки при ведении деловой беседы.
5. Телефонные переговоры.

Тема 2 Деловое совещание и заседания. Практика организации и проведение

Вопросы для обсуждения

1. Деловое совещание как форма коллективного обсуждения производственных вопросов.
2. Основные элементы делового совещания.
3. Задачи и правила поведения руководителя совещания.
4. Правила поведения для участников совещания.

Основные понятия и термины

Деловое совещание – общепринятая форма делового общения группы по обсуждению производственных вопросов и проблем, требующих коллективного обсуждения и решения.

Участники совещания – руководитель предприятия, либо человек, которому поручили провести совещание и группа – специалисты, в чьей компетентности находится данная проблема, или те, кому придется ее решать.

Совещания по планированию – совещания на которых обсуждаются вопросы целенаправленности, стратегии и тактики деятельности организации, ресурсы, необходимые для реализации планов.

Совещания по мотивам труда – совещания на которых обсуждаются проблемы производительности и качества труда сотрудников, проблемы удовлетворенности персонала, причин низкой мотивации, вопросы дисциплины.

Совещания внутрифирменной организации – совещания на которых предметом обсуждения являются

вопросы структурирования организации, перераспределения обязанностей.

Совещания по контролю за деятельностью работников – совещания на которых обсуждаются результаты деятельности, проблемы срывов на производстве, низкой производительности.

Совещания специфические для организации – совещания на которых обсуждаются вопросы управления в связи с ситуацией на производстве, возможностью внедрения инноваций.

Основные элементы делового совещания:

1) цель совещания – это описание желаемого результата, нужного типа решения, желательного итога работы.

2) тема совещания – предмет обсуждения, которая должна быть актуальной, конкретно сформулированной, представлять интерес для участников совещания. На совещание выносятся темы, которые не могут решить отдельные специалисты в рабочем порядке.

3) повестка совещания – письменный документ, заранее рассылаемый участникам совещания, содержит следующую информацию:

- тема совещания;
- цель совещания;
- перечень обсуждаемых вопросов;
- время начала и окончания совещания;
- место, где оно будет проходить;
- фамилии, должность докладчиков;
- время, отведенное на каждый вопрос.

Темы докладов

1. Повестка дня в деловом совещании.
2. Правила проведения деловых совещаний для руководителя.
3. Совещания на высшем иерархическом уровне.
4. Личностный фактор в деловых переговорах.
5. Успешность переговоров: основные показатели.

Тема 3 Публичное выступление

Вопросы для обсуждения

1. Подготовка к выступлению.
2. Составление плана речи.
3. Как завоевать и удержать внимание аудитории.
4. Культура речи делового человека.

Основные понятия и термины

Публичное выступление – элемент речевой деятельности, появляющийся в ходе общения между оратором и публикой.

Ораторская речь – воздействующая, убеждающая речь, которая обращена к широкой аудитории, произносится профессионалом речи и имеет своей целью изменить поведение аудитории, её взгляды, убеждения, настроения.

Предварительная подготовка к выступлению заключается в себе следующее:

- 1) цели и задачи выступления;
- 2) главную мысль (месседж);
- 3) параметры выступления: где и как стоять, ходить и т.д.;
- 4) начало и финал;
- 5) яркую «фишку»;
- 6) детали интерактива, игры с аудиторией.

Специальные речевые действия поддержания контакта: обращение, приветствие, комплимент, прощание.

Речевая культура – это искусство речевого общения с соблюдением определенных требований и условностей, предписываемых современными нормами языкового общения.

Основная задача публичного выступления – донести до своих партнеров с помощью средств речевого общения свои деловые предложения, заинтересовывать собеседников, убедить в их реальности, во-вторых, правильно воспринять отношение ваших партнеров к высказанным предложениям и, в-третьих, в результате взаимных договоренностей выработать совместные решения.

Показатели оценки деловой речи – краткость, ясность, точность, чистота, правильность, оригинальность, понятность, выразительность, впечатляющая сила и убедительность.

Темы докладов

1. Виды публичного выступления.
2. Правила публичного выступления.
3. Страх публичного выступления.
4. Невербальные средства в публичном выступлении.
5. Научный доклад как вид публичного выступления.

ВОПРОСЫ К ЭКЗАМЕНУ ПО ДИСЦИПЛИНЕ «ДЕЛОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ»

1. Общение как социально-психологический механизм взаимодействия в профессиональной сфере.
2. Понятие общения. Коммуникация, социальная перцепция и интеракция как составные элементы процесса общения.
3. Коммуникативный процесс и его элементы.
4. Деловая коммуникация и роль эффективного общения в профессиональной сфере. Характеристика делового общения.
5. Вербальные средства в деловой коммуникации.
6. Человеческая речь как источник информации. Речевые средства общения.
7. Стили письма и речи. Официально-деловой стиль.
8. Стили письма и речи. Научный стиль.
9. Стили письма и речи. Публицистический стиль.
10. Стили письма и речи. Разговорный стиль.
11. Собеседование как коммуникативный канал в деловом общении.

12. Практики организации и проведения собеседований.
13. Типичные ошибки на собеседовании.
14. Невербальные средства в деловой коммуникации.
15. Язык жестов в деловом общении.
16. Средства невербальной коммуникации.
17. Коммуникативные барьеры в деловом общении.
18. Коммуникативные барьеры в деловом общении. Барьер социально-культурного различия. Барьеры непонимания: фонетический, стилистический, семантический, логический барьер.
19. Коммуникативные барьеры в деловом общении. Барьер отношений, барьер отрицательных эмоций.
20. Значение слушания в деловом общении.
21. Конфликты в деловом общении.
22. Понятие и структура конфликта.
23. Стратегии взаимодействия в условиях конфликта.
24. Репрезентативная система в деловом общении. Визуальная, кинестетическая, аудиальная репрезентативная система.
25. Конгруэнтность как условие эффективности общения личности. Понятие «раппорт».
26. Понятие «ресурсное состояние личности» в деловом общении.
27. Психологические характеристики личности в деловом общении.
28. Характер личности. Понятие психологического типа личности. Психотипы личности и акцентуация характера.
29. Манипуляции в деловом общении.
30. Определение манипуляции, ее признаки, предпосылки и причины.
31. Технология манипуляции.
32. Манипулятивные приемы в деловом общении.
33. Организационно-процедурные приемы манипуляции.
34. Манипулятивные приемы психологического характера или психологические уловки.
35. Распознавание манипулятивного воздействия и психологическая защита от него.
36. Спор как характеристика процесса обсуждения

проблемы. Цели ведения спора.

37. Дискуссия в деловом общении. Разновидности дискуссии.

38. Публичное выступление.

39. Виды речи. Выбор темы. Определение целевой установки. Подбор материала.

40. План речи. Подготовка речи. Конспект. Внешний облик оратора. Голос, произношение, артикуляция, язык.

41. Как завоевать и удержать внимание аудитории. Культура речи делового человека.

42. Деловая беседа как основная форма делового общения.

43. Виды деловой беседы.

44. Структура деловой беседы.

45. Психологические приемы влияния на партнера.

46. Деловой разговор по телефону.

47. Деловое совещание и заседания.

48. Практика организации и проведения делового совещания. Правила поведения участников совещания.

49. Деловое совещание как форма коллективного обсуждения производственных вопросов.

50. Основные элементы делового совещания. Тема совещания. Повестка совещания. Длительность совещания. Участники совещания.

51. Организация пространственной среды при подготовке совещания. Задачи совещания.

52. Правила контроля за ходом совещания. Правила поведения для участников совещания.

53. Понятие «информация» в деловом общении. Методы и приемы работы с информацией.

54. Резюме. Правила составления резюме.

55. Этика деловых отношений в организации.

56. Критика в деловой коммуникации.

57. Compliments в деловом общении.

58. Феномен личного влияния. Самопрезентация как средство воздействия.

59. Информационные технологии в деловой коммуникации. Информационные компании.

60. Понятие электронных коммуникаций. Глобальная

информационная сеть: интернет.

ТЕМЫ КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ ПО ДИСЦИПЛИНЕ «ДЕЛОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ»

Тема 1 Общение как социально-психологический механизм взаимодействия в профессиональной сфере

1. Понятие общения.
2. Коммуникация, перцепция и интеракция как составные элементы процесса общения. Коммуникативный процесс и его элементы.
3. Деловая коммуникация и роль эффективного общения в профессиональной сфере.

Тема 2 Вербальные средства в деловой коммуникации

1. Человеческая речь как источник информации. Речевые средства общения.
2. Стили письма и речи: официально-деловой, научный, публицистический, разговорная речь.
3. Значение и акцент, правописание, грамматика и пунктуация в речевой коммуникации. Подтекст

Тема 3 Невербальные средства в деловой коммуникации.

1. Язык жестов в деловом общении.
2. Средства невербальной коммуникации. Кинесика. Такесика. Проксемика.
3. Коммуникативные барьеры в деловом общении.

Тема 4 Конфликты в деловом общении

1. Понятие и структура конфликта.
2. Типы и причины конфликтов в деловом общении.
3. Стратегии взаимодействия в условиях конфликта.

Тема 5 Психологические характеристики личности в деловом общении

1. Темперамент и его проявление в деловом общении.
2. Характер личности. Понятие психологического типа личности.
3. Психологические типы К. Г. Юнга.

Тема 6 Манипуляции в деловом общении

1. Определение манипуляции в деловом общении: признаки, предпосылки и причины.
2. Технология манипуляции. Манипулятивные приемы в деловом общении.
3. Распознавание манипулятивного воздействия и психологическая защита от него.

Тема 7 Публичное выступление

1. Подготовка публичного выступления.
2. Внешний облик оратора. Голос. Произношение. Артикуляция. Язык.
3. Как завоевать и удержать внимание аудитории. Культура речи делового человека.

Тема 8 Деловая беседа как основная форма делового общения

1. Виды деловой беседы.
2. Структура деловой беседы. Вопросы собеседников и их

психологическая сущность. Общение по телефону.

3. Собеседование в деловом общении.

Тема 9 Деловое совещание и заседания. Практика организации и проведение

1. Деловое совещание как форма коллективного обсуждения производственных вопросов.

2. Основные элементы делового совещания. Задачи совещания.

3. Правила контроля за ходом совещания. Правила поведения для участников совещания.

Тема 10 Информация в деловых коммуникациях

1. Информация в деловых коммуникациях.

2. Понятие электронных коммуникаций. Глобальная информационная сеть: интернет. Функции электронной коммуникации. Коммуникационные барьеры электронной коммуникации.

3. Информационные кампании.

Перечень основной и дополнительной учебной литературы

1. Круталевич М.Г. Деловые коммуникации : учебное пособие / М. Г. Круталевич, Р. М. Прытков, Ю. Е. Холодилина, О. В. Бурдюгова. — Оренбург : Оренбургский государственный университет, ЭБС АСВ, 2015. — 216 с. — ISBN 978-5-7410-1378-6. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/61357.html>

2. Кузнецов И.Н. Деловое общение. Деловой этикет: Учеб. пособие для студентов вузов / И.Н. Кузнецов. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017.- 431 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/1028716>

3. Папкова О.В. Деловые коммуникации: Учебник / Папкова О.В. - М.: Вузовский учебник, НИЦ ИНФРА-М, 2017. - 160 с.: - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/566178>

Дополнительная учебная литература

1.Короткий, С. В. Деловые коммуникации : учебное пособие / С. В. Короткий. — Саратов : Вузовское образование, 2019. — 90 с. — ISBN 978-5-4487-0472-7. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/80614.html>

2.Кузнецова, Е. В. Деловые коммуникации : учебно-методическое пособие / Е. В. Кузнецова. — Саратов : Вузовское образование, 2017. — 180 с. — ISBN 978-5-906172-24-2. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/61079.html>

3.Кузнецов И.Н. Деловое общение. Деловой этикет: Учеб. пособие для студентов вузов / И.Н. Кузнецов. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017.- 431 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/1028716>

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	3
ГЛАВА1. Теоретические основы проблемы деловых коммуникаций	4
Тема 1 Общение как социально-психологический механизм взаимодействия в профессиональной сфере.....	4
Тема 2 Вербальные средства общения в деловых коммуникациях.....	5
.....	5
Тема 3 Невербальные средства общения в деловых коммуникациях.....	7
Тема 4 Коммуникативные барьеры в деловых коммуникациях.....	8

.....	
Тема 5	Конфликты в деловых коммуникациях..... 9
Тема 6	Манипуляции в деловых коммуникациях..... 12
ГЛАВА2.	Основные формы деловых коммуникаций..... 17
Тема 1	Деловая беседа как форма деловых коммуникаций. Деловые переговоры..... 14
Тема 2	Деловые совещания: практика организации и проведения..... 16
Тема 3	Публичное выступление..... 18
Вопросы к экзамену.....	19
Темы контрольных работ.....	23
Перечень основной и дополнительной учебной литературы.....	25

ДЕЛОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ

Методические указания

Составитель: **Кох М.Н.**

Подписано в печать 19.12.19. Формат 60 × 84 1/16.

Усл. печ. л. –1,2. Учет.-изд. л. –1,5.

Кубанский государственный аграрный университет.
350044, г. Краснодар, ул. Калинина, 13