

Профессионально- ориентированная КОММУНИКАЦИЯ

Подготовили:
Студентки 3-го курса
332 группа
Головень А. и Пыжьянова Д.

Определение

Профессионально-ориентированная (деловая) коммуникация - это процесс взаимодействия деловых партнеров, направленный на организацию и оптимизацию того или иного вида предметной деятельности: производственной, научной, педагогической и пр.

В деловой коммуникации предметом общения является деятельность (дело), и партнер по общению всегда выступает как личность, значимая для другого.



Особенности профессионально-ориентированных коммуникаций:

1. **Регламентированность** – подчинение установленным правилам и ограничениям (в том числе временным), зависящим от вида делового общения, степени его официальности, целей и задач, традиций, требований протокола.
2. **Строгое соблюдение социальных ролей**, или иерархичность коммуникации.

Особенности профессионально-ориентированных коммуникаций:

3. **Ответственность за результат**, поскольку эффективность деловой коммуникации означает и достижение практических результатов в деятельности организации, ее сотрудников и пр., да и коммуникация в целом подчинена решению служебных задач.
4. **Соблюдение правил делового и речевого этикета** (использование формул вежливости, Вы-общения и др.). Следование этим правилам позволяет экономить ресурсы - как временные, так и человеческие.



Коммуникации в организациях представлена следующими видами:

Вертикальная коммуникация

Нисходящий
информационный поток
(информация от
руководства к
подчиненным, прямая связь)



Восходящий
информационный поток
(информация от персонала к
руководству, обратная
связь)

Горизонтальная коммуникация

ОТДЕЛЫ → подразделения

Горизонтальные коммуникации предполагают обмен между людьми, находящимися на одинаковых иерархических ступенях (отделы, подразделения) или не связанными прямым подчинением.

Деловая коммуникация может осуществляться в следующих формах:

1. **Деловая беседа** – передача или обмен информацией и мнениями по определенным вопросам и проблемам.

Деловая беседа выполняет ряд функций:

- ❑ -взаимное общение работников из одной деловой сферы;
- ❑ -совместный поиск, выдвижение или разработка рабочих идей и замыслов;
- ❑ -контроль и координирование деловых мероприятий.



2. Деловые переговоры – основное средство согласованного принятия решений в процессе общения заинтересованных сторон. Деловые переговоры всегда целенаправленны и предполагают заключение сделок, подписание соглашений и контрактов.

Выделяют два подхода к переговорам – конфронтационный и партнерский. Стратегическая цель переговоров состоит в поиске взаимоприемлемого решения, избегая конфликта.

- **3. Собеседование** – используется при решении кадровых вопросов: при приеме на работу, увольнении.
- **4. Спор** – столкновение мнений, разногласие по какому-либо вопросу, борьба за отстаивание собственных позиций. Спор может быть реализован через полемику, дебаты, дискуссии и т.д.

- **5. Деловое совещание** – способ открытого коллективного обсуждения проблем группой специалистов.
- **6. Презентация** – первое официальное представление заинтересованной аудитории некоторой еще неизвестной или малоизвестной продукции, фирмы и ее создателей.

- 7. Торги – это способ продажи и закупки товаров, размещения заказов на подрядные работы путем привлечения предложений от нескольких поставщиков и подрядчиков и выбора наилучшего из них. В результате торгов заключается юридическая сделка с тем деловым партнером, который предложил наиболее выгодные условия.



① 8. Деловая переписка

– обобщенное название различных по содержанию документов, выделяемых в связи с особым способом передачи информационного сообщения.



Формы деловой коммуникации



- **9. Пресс-конференция** — мероприятие для СМИ, проводимое в случаях, когда есть общественно значимая новость, и организация или отдельная известная личность, непосредственно связанные с этой новостью, желают дать свои комментарии по этой новости, которые были бы интересны и важны для общественности. Иными словами, пресс-конференция направлена на информационную и рекламную поддержку имиджа организации, обеспечивает эффективность взаимодействия с внешней средой.



Вывод:



- Любая форма деловой коммуникации носит уникальный, своеобразный характер, предполагая каждый раз разных участников, условий, предмета обсуждения. Но, тем не менее, все формы должны строиться в соответствии с определенными, универсальными принципами деловой этики.