

Лекционный курс

**ОСНОВЫ ДЕЛОВЫХ
КОММУНИКАЦИЙ
(ОДК)**

Стрельникова Татьяна Валерьевна

доцент,

кандидат социологических наук

Tetiana-stv@mail.ru

Зачем нам ОДК ?

эффективно взаимодействовать с деловыми партнерами, коллегами, руководителем реализуя комфортно-психологическое общение и разнообразные стратегии и тактики, ориентированные на достижение компромисса и сотрудничества

Исследование психологов и социологов:

70% управленческих решений принимаются руководителями в устной форме

КОМПЕТЕНЦИИ

- СПОСОБНОСТЬ РАБОТАТЬ В КОЛЛЕКТИВЕ, ТОЛЕРАНТНО ВОСПРИНИМАЯ СОЦИАЛЬНЫЕ, ЭТНИЧЕСКИЕ, КОНФЕССИОНАЛЬНЫЕ И КУЛЬТУРНЫЕ РАЗЛИЧИЯ;

Навыки SOFT SKILLS

- умение использовать правовые знания;
- разрабатывать проектную документацию и представлять свои проекты;

КОМПЕТЕНЦИИ

1. Владеть фундаментальными понятиями теоретического блока;
2. Владеть знаниями и навыками эффективной коммуникации в деловой сфере;
3. Владеть навыками подготовки и ведения, деловых переговоров, бесед, совещаний, а также навыками эффективной презентации.

СТРУКТУРА КУРСА

1. ЛЕКЦИИ

2. ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАНЯТИЯ

3. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА

4. ЗАЧЕТ -СОБЕСЕДОВАНИЕ в устной форме

Структура курса

1. Общение и коммуникация
2. Структура коммуникативного процесса
3. Деловая коммуникация как процесс
4. Деловая коммуникация в группах
5. Коммуникатор и коммуникант
6. Этика деловых коммуникаций

ЛИТЕРАТУРА

1. Виговская, М. Е. Психология делового общения [Электронный ресурс] : учебное пособие 2014. - 140 с.
2. Круталевич, М. Г. Деловые коммуникации [Электронный ресурс] : учебное пособие 2015. - 216 с.
3. www.lib.spbgut.ru/jirbis2_spbgut
4. www.4brain.ru
5. www.executive.ru

ТЕМА 1

ОБЩЕНИЕ И КОММУНИКАЦИЯ

«Сильнее всех владеющий собой»

Сенека

Общение

многогранный процесс, изучаемый разными науками:
психология, социология, философия,
педагогика, лингвистика и пр.

Форма деятельности, осуществляемая между людьми как равноправными партнерами и приводящая к возникновению психического контакта, который проявляется в обмене информацией, взаимовлиянии, взаимопереживании и взаимопонимании.

Психический контакт предполагает сопереживание, обмен эмоциями.

В общении различают:

1. Инструментальная направленность:

на выполнение социально-значимой задачи, на дело, на результат

2. Личностная направленность:

на удовлетворение личностных потребностей

Аспекты общения

1. Информационно-коммуникативный
2. Интерактивный
3. Гносеологический
4. Аксиологический
5. Нормативный
6. Семиотический
7. Социально-практический

ЦЕЛИ ОБЩЕНИЯ

1. Обмен и передача информации;
2. Формирование умений и навыков или развитие профессиональных качеств;
3. Формирование отношения к себе, к другим людям, к обществу в целом;
4. Обмен деятельностью, инновационными приемами, средствами, технологиями;
5. Осуществление коррекции, изменение мотивации поведения;
6. Обмен эмоциями.

Типы общения

1. Индивидуально-личностный - «Я-Я»

(руководитель-подчиненный)

2. Индивидуально-коллективный «Я-МЫ»

(руководитель-коллектив)

3. Коллективно-общественный «МЫ-МЫ»

(административно-управленческий персонал организации и трудовой коллектив)

ВИДЫ ОБЩЕНИЯ

Межличностное

Деловое

Специально-профессиональное и научное

Социально-политическое и информационно-коммуникативное и пр.

ОБЩЕНИЕ-ТРИЕДИНЫЙ ПРОЦЕСС, ВКЛЮЧАЕТ:

КОММУНИКАЦИЯ

ИНТЕРАКЦИЯ

ПЕРЦЕПЦИЯ

КОММУНИКАЦИЯ

(ОТ ЛАТ. COMMUNICATIO- СООБЩЕНИЕ)

СПЕЦИФИЧЕСКИЙ ОБМЕН ИНФОРМАЦИЕЙ,
ПРОЦЕСС ПЕРЕДАЧИ ЭМОЦИОНАЛЬНОГО И
ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОГО СОДЕРЖАНИЯ

Для передачи информации используются:

- Вербальные знаки
(выражение словами)

- Невербальные
знаки
(мимика,
пантомима,
жестикуляция,
дистанцирование,
пространственный
рисунок,
интонирование и
др.)

СЛУЧАЙ Дженерал моторс

Фирма выпустила на латиноамериканский рынок новую модель автомобиля и назвала его специально для латиноамериканцев- «Чеви Нова». Однако модель на рынке «не пошла». Фирма срочно провела исследование и, к своему ужасу, обнаружила, что слово «нова» по-испански означает «она не едет».

Простая схема структуры коммуникации

ОТПРАВИТЕЛЬ (О) - ПРОЦЕСС ПЕРЕДАЧИ
ИНФОРМАЦИИ - ПОЛУЧАТЕЛЬ (П)

СХЕМА СТРУКТУРЫ ЦЕЛЕВОЙ КОММУНИКАЦИИ

ЦЕЛЬ--О--СРЕДСТВА КОДИРОВАНИЯ—
СИГНАЛ—ПРИЕМ.ДЕКОДИРОВАНИЕ—П--
РЕЗУЛЬТАТ

ИНТЕРАКЦИЯ

- это организация взаимодействия компонентами этого процесса являются сами люди, их взаимная связь и воздействие друг на друга, предполагающее взаимные изменения.

ВИДЫ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ

- ГРУППОВАЯ ИНТЕГРАЦИЯ (СОВМЕСТНАЯ ТРУДОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ, КООПЕРАЦИЯ);
- КОНКУРЕНЦИЯ (СОПЕРНИЧЕСТВО);
- КОНФЛИКТ.

УСЛОВИЯ ЭФФЕКТИВНОГО, ДИАЛОГИЧНОГО ОБЩЕНИЯ

1. РАВЕНСТВО ПСИХОЛОГИЧЕСКИХ ПОЗИЦИЙ СОЦИАЛЬНЫХ СУБЪЕКТОВ НЕЗАВИСИМО ОТ ИХ СОЦИАЛЬНОГО СТАТУСА;
2. РАВЕНСТВО В ПРИЗНАНИИ АКТИВНОЙ КОММУНИКАТИВНОЙ РОЛИ ДРУГ ДРУГА;
3. РАВЕНСТВО В ПСИХОЛОГИЧЕСКОЙ ВЗАИМОПОДДЕРЖКЕ

ПЕРЦЕПЦИЯ

(ОТ ЛАТ. PERCEPTIO - ПСИХОЛОГИЧЕСКОЕ ВОСПРИЯТИЕ) — ПРОЦЕСС ВОСПРИЯТИЯ, СПОСОБСТВУЮЩИЙ ВЗАИМОПОНИМАНИЮ УЧАСТНИКОВ ОБЩЕНИЯ

ПЕРЦЕПТИВНАЯ ФУНКЦИЯ ОБЩЕНИЯ В СОВМЕСТНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

РЕШАЕТ СЛЕДУЮЩИЕ ЗАДАЧИ:

1. ФОРМИРОВАНИЕ СОДЕРЖАНИЯ
МЕЖЛИЧНОСТНОГО ВОСПРИЯТИЯ;
2. СОДЕЙСТВИЕ УСТАНОВЛЕНИЮ
ВЗАИМОПОНИМАНИЯ;
3. ОБЕСПЕЧЕНИЕ ВЛИЯНИЯ УЧАСТНИКОВ
СОВМЕСТНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ДРУГ НА
ДРУГА.

ПЯТЬ СЕНСОРНЫХ КАНАЛОВ ОРГАНОВ ЧУВСТВ

Зрение (90%)

Слух (10%)

Вкус

Осязание

Обоняние

Все работают 24 часа в сутки

ДЕЛОВАЯ КОММУНИКАЦИЯ

ПРОЦЕСС ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ДЕЛОВЫХ ПАРТНЕРОВ, НАПРАВЛЕННЫЙ НА ОРГАНИЗАЦИЮ И ОПТИМИЗАЦИЮ ТОГО ИЛИ ИНОГО ВИДА ПРЕДМЕТНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ, НАУЧНОЙ, ПЕДАГОГИЧЕСКОЙ И ПР.

ОСНОВНЫЕ ЗАДАЧИ ДЕЛОВОЙ КОММУНИКАЦИИ:

ПРОДУКТИВНОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО,
СТРЕМЛЕНИЕ К СБЛИЖЕНИЮ ЦЕЛЕЙ,
УЛУЧШЕНИЕ ПАРТНЕРСКИХ ОТНОШЕНИЙ.

КОММУНИКАТИВНЫЕ ФОРМЫ ДЕЛОВОЙ КОММУНИКАЦИИ

1. Монологическая
2. Диалогическая
3. Полилогическая

ВИДЫ ОБЩЕНИЯ

ПЯТЬ ВИДОВ:

1. ПОЗНАВАТЕЛЬНОЕ;
2. УБЕЖДАЮЩЕЕ;
3. ЭКСПРЕССИВНОЕ;
4. СУГГЕСТИВНОЕ;
5. РИТУАЛЬНОЕ.

ПОЗНАВАТЕЛЬНОЕ

ЦЕЛЬ: РАСШИРИТЬ ИНФОРМАЦИОННЫЙ
ФОНД ПАРТНЕРА, ПЕРЕДАТЬ
ИНФОРМАЦИЮ, ПРОКОММЕНТИРОВАТЬ
СВЕДЕНИЯ;

КОММУНИКАТИВНЫЕ ФОРМЫ: ЛЕКЦИИ И
СЕМИНАРЫ, ДОКЛАДЫ,
ИНФОРМАЦИОННО-АНАЛИТИЧЕСКИЕ
СООБЩЕНИЯ, БЕСЕДЫ И КОНСУЛЬТАЦИИ,
А ТАКЖЕ ПИСЬМЕННЫЕ РАБОТЫ:
ПРОЕКТНЫЕ РАБОТЫ

РЕЗУЛЬТАТ: ОСВОЕНИЕ НОВОЙ
ИНФОРМАЦИИ И ЕЕ ПРИМЕНЕНИЕ,

УБЕЖДАЮЩЕЕ ОБЩЕНИЕ

ЦЕЛЬ: ВЫЗВАТЬ У ДЕЛОВЫХ ПАРТНЕРОВ
ЧУВСТВА И СФОРМИРОВАТЬ
ЦЕННОСТНЫЕ ОРИЕНТАЦИИ И
УСТАНОВКИ, УБЕДИТЬ В ПРАВОТЕ;

КОММУНИКАТИВНЫЕ ФОРМЫ:
УБЕЖДАЮЩАЯ, ПРИЗЫВАЮЩАЯ К
ДЕЙСТВИЮ РЕЧЬ, СПОР, ПОЛЕМИКА,
БЕСЕДА, КРУГЛЫЕ СТОЛЫ;

РЕЗУЛЬТАТ: ПРИВЛЕЧЕНИЕ ПАРТНЕРА НА
СВОЮ ПОЗИЦИЮ, ИЗМЕНЕНИЕ
ЛИЧНОСТНЫХ УСТАНОВОК, ВЗГЛЯДОВ,
УБЕЖДЕНИЙ.

ЭКСПРЕССИВНОЕ

ЦЕЛЬ: СФОРМИРОВАТЬ У ПАРТНЕРА ПСИХОЭМОЦИОНАЛЬНУЮ НАСТРОЙ, ПЕРЕДАТЬ ЧУВСТВА, ПЕРЕЖИВАНИЯ, ПОБУДИТЬ К ДЕЙСТВИЮ;

ФОРМЫ: РЕЧИ ПО СПЕЦИАЛЬНОМУ ПОВОДУ, ПРЕЗЕНТАЦИИ, БРИФИНГ, МОЗГОВОЙ ШТУРМ, АНАЛИЗ ПРОБЛЕМ;

РЕЗУЛЬТАТ: ИЗМЕНЕНИЕ ПОВЕДЕНИЯ ПАРТНЕРА, СМЕНА УСТАНОВОК, ЦЕННОСТНЫХ ОРИЕНТАЦИЙ.

СУГГЕСТИВНОЕ

ЦЕЛЬ: ОКАЗАТЬ ВНУШАЮЩЕЕ
ВОЗДЕЙСТВИЕ НА ДЕЛОВОГО ПАРТНЕРА
ДЛЯ ИЗМЕНЕНИЯ МОТИВАЦИИ,
ЦЕННОСТНЫХ ОРИЕНТАЦИЙ, ПОВЕДЕНИЯ;

ФОРМЫ: БЕСЕДА, МИТИНГ, РЕЧЬ-
НАПУТСТВИЕ, ПРЕСС-КОНФЕРЕНЦИЯ,
БРИФИНГ, ДЕБАТЫ, РЕКЛАМА, ТРЕНИНГ;

РЕЗУЛЬТАТ: ИЗМЕНЕНИЕ ПОВЕДЕНИЕ
ПАРТНЕРА, СМЕНА ОРИЕНТАЦИЙ,
ЦЕННОСТНЫХ ОРИЕНТАЦИЙ.

РИТУАЛЬНОЕ

ЦЕЛЬ: ЗАКРЕПИТЬ И ПОДДЕРЖИВАТЬ
КОНВЕНЦИОНАЛЬНЫЕ ОТНОШЕНИЯ В
ДЕЛОВОМ МИРЕ, ОБЕСПЕЧИВАТЬ
РЕГУЛЯЦИЮ СОЦИАЛЬНОЙ ПСИХИКИ В
БОЛЬШИХ И МАЛЫХ ГРУППАХ;

ФОРМЫ: РАМОЧНАЯ, ТОРЖЕСТВЕННАЯ,
ТРАУРНАЯ РЕЧЬ, РЕЧЬ В ДРУЖЕСКОМ
КРУГУ, РИТУАЛЬНЫЕ АКТЫ, ЦЕРЕМОНИИ,
ОБРЯДЫ, ПРАЗДНИКИ;

РЕЗУЛЬТАТ: ФОРМИРОВАНИЕ ЧУВСТВА
ПАТРИОТИЗМА, СОХРАНЕНИЯ ТРАДИЦИЙ,
ЗАКРЕПЛЕНИЯ НОВЫХ РИТУАЛОВ.

ФУНКЦИИ ОБЩЕНИЯ

1. Инструментальная — характеризует общение как социальный механизм управления, позволяющий получить и передать информацию, необходимую для осуществления какого-то действия, принятого решения, коммуникативного намерения;
2. Интегративная - используется как средство объединения деловых партнеров, специалистов, исполнителей для совместного коммуникативного процесса: решения задачи, генерирования идей;

ФУНКЦИИ ОБЩЕНИЯ

3. Функция самовыражения- позволяет самовыразиться и самоутвердиться, продемонстрировать личностный интеллектуальный и психологический потенциал;
4. Трансляционная функция — служит для передачи конкретных способов деятельности, оценок, мнений, суждений и пр.

ФУНКЦИИ ОБЩЕНИЯ

5. Функция социального контроля — для регламентации поведения и деятельности, а в некоторых случаях и речевых акций участников делового взаимодействия;
6. Функция социализации — развитие навыков культуры;
7. Экспрессивная функция — с помощью этой функции деловые партнеры стремятся выразить и понять эмоциональные переживания друг друга, чаще выражающиеся через невербальные средства

Коммуникационный процесс

1. Кто говорит?
2. Что сообщает?
3. Кому?
4. По какому каналу? (Какими средствами?)
5. С каким эффектом? (результат обратной связи)

Коммуникативные барьеры

1. Логический барьер
2. Стилистический барьер
3. Семантический барьер
4. Фонетический барьер

Зоны и дистанция в деловой коммуникации

1. Интимная зона (не менее 45 см)
2. Личная зона (от 45 до 120 см)
3. Социальная зона (от 1,2 до 3,5м)
4. Публичная, или открытая зона (от 3,5м)

Виды сенсорных каналов

1. **ВИЗУАЛЬНАЯ** (оптическая) — восприятие посредством зрительных образов, типичное выражение такого типа: «как видите».
2. **АУДИАЛЬНАЯ** (акустическая) — восприятие посредством слуховых впечатлений, типичные слова: «как слышно..» или «что-то подсказывает мне...».
3. **КИНЕСТЕТИЧЕСКАЯ** (двигательно-эмоциональная)- восприятие посредством ощущений, типичное выражение: «атмосфера невыносимая».

ЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ МОЗГ

Связь с сознанием

Методическое
мышление

Мышление,
направленное на
анализ и контроль

Временные процессы

Понятийное сходство

Слуховая сфера

Зрительная сфера

Восприятие

Целостная функция

Творческая функция

Образная память

Формы деловой коммуникации

1. Деловой разговор
2. Деловая беседа по телефону
3. Деловые совещания
4. Пресс-конференция
5. Деловые переговоры
6. Торги
7. Дискуссия, симпозиум, полемика, дебаты
8. Публичная речь
9. Презентация
10. Самопрезентация

Критика в деловой коммуникации

От греческого *kritike* — искусство разбирать и имеет несколько значений:

1. Обсуждение с целью дать оценку;
2. Отрицательное суждение с целью указания недостатков;
3. Проверка достоверности чего-то.

ВИДЫ КРИТИКИ

1. КРИТИКАНСТВО- ВИД ЗЛОПЫХАТЕЛЬНОЙ КРИТИКИ;
2. ПСЕВДОКРИТИКА- ДЛЯ СВЕДЕНИЯ ЛИЧНЫХ СЧЕТОВ, ИСПОЛЬЗУЕТСЯ ТАКЖЕ КАК СРЕДСТВО СОХРАНЕНИЯ ИЛИ ПОВЫШЕНИЯ СВОЕГО ПОЛОЖЕНИЯ И ПРЕСТИЖА, КАК СТИЛЬ РАБОТЫ;
3. КРИТИКА ПОЗИТИВНАЯ.

КРИТИКА «LEGE ARTIS» («по всем законам искусства»)

1. Ввод в критику, создание доброжелательной атмосферы в начале разговора;
2. Критические замечания, высказывания по существу вопроса;
3. «Обратная связь», визуальный контакт с критикуемым для определения реакции на критику
4. Выход из критики, ее завершение, предложение о возможной помощи, эмоциональная поддержка: «я уверен, вы с этим справитесь».

КОМПЛИМЕНТЫ В ДЕЛОВОЙ КОММУНИКАЦИИ

Виляя хвостом, собака добывает себе пропитание, а гавкая, получает лишь побои

Восточная мудрость

Комплимент-один из эффективных приемов формирования аттракции в деловых контактах или умения нравиться другим.

«Как сделать комплимент комплиментом» (А.Я.Панасюк, «Управленческое общение»)

1. «ОДИН СМЫСЛ»;
2. «БЕЗ ГИПЕРБОЛ»;
3. «ВЫСОКОЕ МНЕНИЕ»;
4. «БЕЗ ПРЕТЕНЗИЙ»;
5. «БЕЗ ДИДАКТИКИ»;
6. «БЕЗ ПРИПРАВ».

ЕСЛИ КОМПЛИМЕНТЫ ГОВОРЯТ ВАМ

1. ОТВЕРГАТЬ КОМПЛИМЕНТЫ НИ ПРИ КАКИХ ОБСТОЯТЕЛЬСТВАХ НЕ СЛЕДУЕТ;
2. СЛЕДУЙТЕ ПРОСТОМУ ПРАВИЛУ:
отвечайте:

«БЛАГОДАРЮ ВАС» -

И больше ни слова.

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!