**Составить конспект по теоретическому материалу.**

**Тема: «Деловое общение»**

**Этапы и формы деловой коммуникации**

*Общение – процесс установления и развития контактов между людьми и группами людей. Характер общения обусловлен целями совместной деятельности, оттого может быть различным.*

*Деловое общение – вид общения, специфику которого определяет невозможность профессиональной и иной, связанной с ней, деятельности вне коммуникаций с другими людьми.*

Деловое общение – вид общения, при котором происходит обмен информацией в социально-правовой и экономической сфере человеческой деятельности с целью решения определенной задачи (коммерческой, производственной, научной и других).

**Кроме делового, есть светское, формально-ролевое, интимно-личностное, манипулятивное виды общения.** Отличительной чертой делового общения является то, что субъект коммуникации всегда значим, а предмет общения четко определен и хорошо известен.

Деловое общение складывается из этапов:

1. Установление контакта. Это этап знакомства, когда происходит представление партнеров друг другу, самопрезентация каждого из них и обмен общими фразами.
2. Ориентация в ситуации. Второй этап, когда субъекты стремятся понять позиции друг друга и обозначить свои.
3. Обсуждение. Этап, на котором рассматриваются и обговариваются конкретные деловые вопросы и задачи.
4. Решение задач. Этап нахождения согласия между партнерами и оптимального взаимовыгодного решения.
5. Завершение контакта. Этап регламентированного прекращения коммуникации.

*Цель делового общения всегда лежит вне взаимодействия его субъектов. Но средства достижения цели определяются с учетом интересов и потребностей всех коммуникаторов.*

*Задача делового общения – продуктивное и эффективное сотрудничество партнеров.*

В любое общение входят три взаимодополняющих процесса: социальная перцепция – восприятие и понимание партнера; коммуникация – обмен информацией; интеракция – обмен действиями.

Эти процессы в бизнес-среде строго регламентированы, есть правила и нормы делового взаимодействия и этикета.

Особое значение имеет процесс коммуникации. Одно неверное или неуместное слово может повлечь за собой существенные негативные последствия, такие как потеря клиента, партнера, прибыли и так далее. Но и перцепция, и интеракция также не менее важны.

**Виды профессионального общения**

Деловое общение может происходить в форме:

* беседы,
* совещания,
* заседания,
* собрания,
* переговоров,
* презентации,
* конференции,
* переписки,
* консультации,
* интервью,
* отчета и в иной, разрешенной форме.

Уважающему себя профессионалу и специалисту нужно уметь грамотно взаимодействовать, знать правила и язык делового общения.

Успешные люди взаимодействуют как непосредственно лично в официальной обстановке, так и опосредованно через технические средства: телефон, факс, почту, интернет-программы.

Все чаще в современном обществе прибегают к электронным системам коммуникации, организация труда приобретает виртуальный характер. Высокие технологии помогают увеличить скорость передачи информации и ее точность, исключить «человеческий» фактор.

**Принципы общения в деловой среде**

Понятие делового общения включает не только взаимодействие «начальник – подчиненный» и коммуникацию между партнерами по бизнесу, но и ежедневное взаимодействие людей, которые не состоят в близких отношениях.

С незнакомыми людьми принято взаимодействовать по-деловому, культурно. Уважительное отношение и поведение – основы делового общения и культуры в социуме.

Кроме уважения к общим принципам делового общения относятся:

* Межличностность

Личность – субъект коммуникации в бизнес-среде. Каким бы ни был обсуждаемый вопрос, о нем говорят люди, у каждого из них свое мнение, основанное на личном опыте и особенностях характера. Это принципиально важно, так как успех бизнес-отношений зависит от характера межличностного взаимодействия партнеров.

* Многомерность

Основы делового общения включают принцип сопоставления содержания передаваемой информации с тем, как это происходит. Тон голоса, его эмоциональная окраска, мимика, жесты не менее важны, чем содержание речи.

Понятие «многомерность» предполагает, что во взаимодействии людей имеют значение все составляющие коммуникации.

Не принято нарушать зону комфорта собеседника, а также слишком далеко находиться во время разговора. Единственное позволенное прикосновение к бизнес-партнеру – рукопожатие. Недопустимо разговаривать, отвернувшись от человека или оглядываясь через плечо.

* Целенаправленность

Направленность делового взаимодействия многоцелевая. Это означает что, помимо цели, которая озвучивается и обговаривается, субъекты могут иметь иные подспудные, сопутствующие цели, не противоречащие первой.

* Непрерывность

Пока деловые партнеры находятся в непосредственной близи друг от другу, даже если они не общаются непосредственно, коммуникация продолжается на невербальном уровне.

Поза, жесты, знаки внимания, оказываемые деловому партнеру, имеют значение и несут смысловую нагрузку. Даже молчание – часть интеракции. Бизнесмены не забывают о том, что они общаются с партнерами, даже если тема разговора смещается в сферу, не касающуюся дела.

**Правила общения**

Чем грамотнее человек ведет себя в профессиональной среде, тем лучше к нему относятся окружающие.

5 правил общения в деловой среде:

* Нацеленность на взаимопонимание

Деловое общение имеет целью нахождение компромисса. Принято быть готовым, открытым к восприятию и обмену информацией с партнером. Неэтично провоцировалось собеседника на конфликт или избегать контакта. Внимание, уважение и заинтересованность в речи собеседника выражается во взгляде, жестах, умении выслушать не перебивая.

* Речь должна быть четкой, разборчивой, неторопливой и немонотонной.

В целом следует избегать любых крайностей в речи. Когда человек говорит слишком тихо, невнятно, быстро или, наоборот, слишком медленно, его речь тяжело воспринимается, становится непонятной и неприятной.

К тому же, если субъект говорит в меру громко и предельно четко, у его партнеров складывается представление, что он зрелая личность и уверенный в себе человек.

* Продуманность речи

Речь должна быть составлена, а лучше записана. Деловые люди перед началом разговора отмечают для себя темы и вопросы, которые требуют обсуждения. Доклад или публичное выступление строится по плану, расписываются вступление, основная часть и заключительные выводы, итоги.

* Умение задавать как открытые, так и закрытые вопросы

От того, как прозвучит вопрос, будет зависеть ответ. Если вопрос предполагает ответ «да» или «нет», собеседнику придется ответить четко, если вопрос останется открытым, у него будет возможность высказать свою точку зрения. Следует избегать слишком прямых, нетактичных вопросов.

* Неприемлемость длинных фраз и сложносоставных предложений. Короткие содержательные фразы экономят время и упрощают восприятие информации.

Соблюдение всех принципов и правил может показаться проблематичным, но трудности преодолеваются работой над собой. Умение общаться в бизнес-среде приходит с опытом делового взаимодействия.

**Язык общения в бизнес-среде**

Понятие «язык» используется для обозначения системы знаков, посредством которой люди мыслят и разговаривают. Это также и способ выражения самосознания личности.

Язык делового общения – официально-деловой стиль речи, предназначенный для коммуникативного взаимодействия в профессионально-деловой среде, а также других близких сферах.

*Деловой язык – система общения в устной и письменной форме, регулирующая рабочие отношения.*

Официальный стиль письменной речи имеет следующие особенности:

* сжатость изложения информации;
* строго обязательная форма;
* специальная терминология, клише, канцеляризмы;
* повествовательный характер письменной речи;
* почти полное отсутствие эмоционально-экспрессивных средств речи.

Деловая устная речь имеет три составляющие:

* содержательная составляющая (характеризуется четкостью и логичностью);
* выразительная составляющая (характеризует эмоциональную сторону информации);
* побудительная составляющая (признавала оказывать влияние на чувства и мысли собеседника).

Язык делового общения субъекта взаимодействия оценивается по следующим показателям:

1. Словарный запас. Чем он больше, тем более выразительна и эффективна речь. Тем более собеседник грамотный, образованный, культурный человек.
2. Словарный состав. Помимо того, сколько слов знает человек, не менее важно, что это за слова. Слова, используемые в просторечье, а также нецензурные, жаргонные выражения неприемлемы в бизнес-среде.
3. Произношение. Письменный язык организации – официальный государственный язык страны или международный деловой язык (английский). Деловое общение в форме устной речи дополняется произношением. Принято говорить на диалекте, который более всего приближен к литературному языку.
4. Стилистика и грамматика. Язык должен быть грамотным. Правильный прямой порядок слов в предложении, отсутствие тавтологии, слов-паразитов и тому подобное.

**Психология делового взаимодействия**

В профессиональной среде принято придерживаться этикета, общих норм морали и нравственности.

Деловое общение основано на таких нравственных нормах:

* честность;
* порядочность;
* справедливость;
* ответственность.

Но в понятие делового общения включается и психологический аспект межличностных отношений. Они могут быть не только нейтрально-дружественными, но и иметь характер жесткой конкуренции и борьбы.

*Деловое общение – это не только умение хорошо говорить, выглядеть и вести дела, но и умение выстраивать межличностные отношения.*

**Подходы к деловому общению**

В зависимости от самооценки, а также от восприятия и оценки партнера мы осознанно или неосознанно избираем различные подходы к построению деловых отношений. Отношения могут выстраиваться на: **партнерстве** (равном участии в деле); **соперничестве** (стремление во что бы то ни стало навязать или отстоять свою позицию); **доминировании** (стремлении подчинить себе партнера).

Партнерство означает отношение к другому человеку как равному себе самому. При партнерстве собеседник воспринимается как равноценный субъект, имеющий право быть таким, какой он есть, с которым надо считаться. Основные способы воздействия друг на друга строятся на гласном или негласном договоре, который служит и средством объединения, и средством взаимного контроля.

При **соперничестве** другая сторона представляется опасной и непредсказуемой. В отношениях с ней берет верх стремление переиграть ее, добиться одностороннего преимущества. Интересы другой стороны учитываются в той мере, в какой это определяется логикой конкурентной борьбы.

Подход, ориентированный на **доминирование**, определяет отношение к партнеру как к средству достижения своих целей, игнорирование его интересов и намерений. У того, кто склонен к доминированию, превалирует стремление распоряжаться, получить одностороннее преимущество.

Доминирование в отношениях рассматривается как комплиментарное или симметричное.

В **комплиментарных взаимоотношениях** один партнер позволяет другому определять, кто будет иметь большее влияние. Так, один участник общения играет лидирующую роль, а другой добровольно берет на себя роль ведомого. Например, отношения между работодателем и служащими комплиментарны и хозяин занимает контролирующую позицию. Обычно комплиментарны и взаимоотношения в ситуации публичной лекции, поскольку аудитория собирается, чтобы послушать лектора и признает преподносимую им информацию как заслуживающую доверия.

В **симметричных взаимоотношениях** люди специально заранее «не договариваются» о том, кто будет контролировать ситуацию. Допустим, один человек претендует на то, чтобы контролировать ситуацию, но другими это воспринимается как вызов и побуждает их заявить собственное право на лидерство. Или, наоборот, некто отказывается от власти, но другие не желают принимать это. Например, муж говорит жене: «Я считаю, что мы на пару месяцев должны сократить наши расходы». Жена может возразить на это: «Ни в коем случае! Мне нужен новый костюм, нужно купить новые покрышки для машины. Кроме того, ты обещал мне, что мы поменяем диван». В этом случае оба супруга претендуют на то, чтобы контролировать ситуацию.

Комплиментарные взаимоотношения реже приводят к открытому конфликту, а в симметричных взаимоотношениях чаще наблюдается равномерное разделение власти.

Достоинства и недостатки некоторых из указанных вариантов делового и межличностного общения можно охарактеризовать следующим образом.

Положительной стороной **партнерства** является то, что обе стороны, как правило, получают значительный выигрыш. Недостаток заключен в том, что может потребоваться очень много времени для его достижения, если партнер, например, ориентирован на соперничество.

**Соперничество** требует немного времени, приводит к победе, но только в том случае, когда вы располагаете очевидными преимуществами. Если же партнер не признает ваших преимуществ и так же, как и вы склонен к соперничеству, то дело может закончиться конфликтом или полным разрывом отношений.

**Доминирование** исключает затрату времени на дискуссии, столкновение мнений. Однако оно парализует волю подчиняемого партнера, тем самым обедняет общий интеллектуальный ресурс.

**Преодоление трудностей общения**

Даже соблюдая все правила делового общения можно столкнуться с такими психологическими барьерами:

1. Барьер мотивации. Когда собеседнику просто неинтересен предмет разговора и заинтересовать его не получается. Такой барьер показатель того, что один партнер относится к другому не как к личности, а как к средству достижения цели.
2. Барьер морали. Когда собеседник оказывается недобросовестным, бесчестным, склонным обманывать человеком. Он использует деловое общение как способ скрыть злонамеренность. Чем лучше «маскируется» аморальный умысел за умением красиво говорить и вести себя, тем сложнее преодолеть этот барьер.
3. Барьер эмоций. Негативные эмоции, чувства, мысли по отношению к собеседнику не позволяют построить гармоничные взаимоотношения. Деловое общение будет бесполезным, неэффективным, если партнеры плохо относятся друг к другу.

Чтобы преодолеть трудности делового взаимодействия и расположить к себе собеседника следует придерживаться рекомендаций:

* Обращение по имени

Такое обращение признак уважительного и внимательного отношения. Все люди любят слышать свое имя и лучше воспринимают информацию, произнесенную сразу после него.

* Улыбка

Она не всегда уместна. Чаще важные вопросы требуют концентрации внимания и серьезности, что, естественно, выражается в сдержанной мимике. Но улыбка – это средство, которое вызывает симпатию, доверие и готовность идти на контакт.

* Комплименты

Добрые и ненавязчивые приятные слова скрасят любое общение, особенно строго деловое. Принято говорить искренние, но сдержанные комплименты.

* Внимание к личности

Общаясь на деловые темы, не следует забывать, что его субъекты – люди, со своими особенностями. Всем и каждому нравится, когда его внимательно слушают, интересуются им, поддерживают и уважают.

* Честность и порядочность

Сокрытие или искажение информации рано или поздно выясняется, а однажды испорченную репутацию и утраченное доверие трудно вернуть.

Искусство общения в профессиональной среде постигается на практике, когда индивид начинает действовать и вести себя как честный, надежный и культурный человек, и профессионал своего дела.

ТЕМЫ ДЛЯ РЕФЕРАТОВ

На каждую тему, можно по два человека **из тех, кто еще не брал рефераты**

1. Деловая беседа (видео пример или инсценировка)

2. Публичное выступление (правила, примеры удачных и неудачных выступлений, можно видео)

3. Ведение деловых переговоров (видео пример или инсценировка)

4. Культура делового письма

5. Имидж делового человека ( презентация)

6. Техника телефонных переговоров (инсценировка)

### 7. Организация и проведение делового совещания (видео пример, разбор)