

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное агентство по образованию
Ярославский государственный университет им. П.Г. Демидова

Ю.А. Абакумова

Деловое общение

Учебное пособие

Рекомендовано

*Научно-методическим советом университета
для студентов, обучающихся по специальностям
Бухгалтерский учет, анализ и аудит и Менеджмент организации*

Ярославль 2008

УДК 33(075.8)
ББК Ю953я73
А 17

*Рекомендовано
Редакционно-издательским советом университета
в качестве учебного издания. План 2008 года*

Рецензенты:

В.И. Пештиев, д-р экон. наук, профессор кафедры экономической
теории ЯГПУ им. К.Д. Ушинского;
кафедра «Менеджмент организации» ЯФ МЭСИ

Абакумова, Ю.А. Деловое общение : учеб. пособие
А 17 / Ю.А. Абакумова; Яросл. гос. ун-т. – Ярославль : ЯрГУ,
2008. – 126 с.
ISBN 978-5-8397-0591-3

Учебное пособие рекомендуется к использованию на лекционных и практических занятиях по дисциплине «Деловое общение». Студентам предлагается выполнить тестовые задания по комплексу тем, для закрепления теоретической части дисциплины даны вопросы к семинарам.

Пособие предназначено для студентов, обучающихся по специальностям 080109 Бухгалтерский учет, анализ и аудит (блок ОПД), 080507 Менеджмент организации (блок ДС), очной, очно-заочной и заочной форм обучения.

УДК 33(075.8)
ББК Ю953я73

ISBN 978-5-8397-0591-3

© Ярославский государственный
университет, 2008

Оглавление

Введение	5
Глава 1. Проблемы делового общения в деятельности руководителя.....	8
1. Содержание, функции, манера, стиль общения.....	8
2. Барьеры общения.....	10
3. Каналы восприятия партнёра по общению.....	17
4. Контроль над эмоциями в условиях конфликта.....	18
Глава 2. Этика служебных отношений.....	24
1. Культура приветствия.....	24
2. Деловое совещание	25
3. Формы указаний подчинённым.....	27
4. Стимулирование инициативы работников	41
Глава 3. Культура официальной переписки	43
1. Языковые стандарты официальной переписки	43
2. Классификация писем	45
3. Информативность и убедительность делового письма...	48
4. Служебный речевой этикет	53
Глава 4. Деловые контакты: культура отказа	54
1. Юридическая обоснованность отказа.....	54
2. Необходимость отказа	58
3. Как отказывать	59

Глава 5. Деловые переговоры	62
1. <i>Правила ведения переговоров</i>	62
2. <i>Недостатки при ведении переговоров</i>	63
3. <i>Основные принципы успешного ведения переговоров</i>	66
Глава 6. Легенды и мифы делового общения	75
Методические рекомендации для студентов	
к практическим занятиям	81
<i>Практическая работа № 1</i>	81
<i>Практическая работа № 2</i>	82
<i>Методика НЛП в деловом общении</i>	90
<i>Как распознать неискренность и обман</i> <i>в деловом общении?</i>	95
Методологические основы и понятийный аппарат курса «Деловое общение»	107
Примерная тематика рефератов	116
Примерный перечень контрольных вопросов и заданий для самостоятельной работы	117
Перечень докладов по дисциплине «Деловое общение»	119
Вопросы к зачёту по дисциплине «Деловое общение»	120
Литература	121

Введение

Умение вести себя с людьми во время беседы является одним из главнейших факторов, определяющих наши шансы добиться успеха в бизнесе, служебной или предпринимательской деятельности. Успехи человека в его делах даже в технической или научной сфере только процентов на пятнадцать зависят от его профессиональных знаний и процентов на восемьдесят пять – от его умения общаться с людьми, с которыми он работает. От искусства делового общения руководителя зависит качество работы, эмоциональный настрой работников, стабильность кадрового состава, социально-психологический климат в организации, наличие конфликтных ситуаций, установление и развитие деловых контактов, влияющих на экономическую ситуацию организации в целом.

Цель курса

Целью данного курса является освоение студентами этических основ, форм и сфер общения с деловыми и официальными лицами и зарубежными (и общественными) партнерами в рамках делового протокола, этических норм, требований этикета, сложившихся на основе исторической практики и отчасти закрепленных в нормативных документах и международных конвенциях.

Курс ориентирован на овладение навыками воздействия на партнера и клиентуру методами и тактическими приемами рационального обеспечения своих интересов и достижения эффективного сотрудничества.

Указанные рекомендации необходимы для построения оптимальных взаимоотношений с партнерами по бизнесу, для принятия компетентных поведенческих решений и осуществления профессионально и этически выдержанной профессиональной деятельности.

Методологической основой курса является Закон о Государственном протоколе РФ и ряд других нормативных актов, разра-

ботки ведущих российских специалистов и практиков, некоторые международные документы, работы зарубежных ученых.

Задачи курса

- 1) изучение этических основ делового общения и формирования современной деловой культуры; деловой этики в рекламе;
- 2) изучение теории и практики ведения деловых переговоров – их организации и подготовки, концептуальных подходов к ним;
- 3) освоение психологии делового общения, тактических приемов на переговорах и техники аргументации, предотвращения конфликтных ситуаций;
- 4) рассмотрение вопросов делового этикета, бизнес-протокола и атрибутов делового общения; изучение исторических аспектов развития делового протокола;
- 5) анализ видов деловой переписки (включая и международную), особенности составления деловых документов в области рекламы;
- 6) теоретическое и практическое освоение методики организации и проведения деловых бесед, коммерческих переговоров, деловых совещаний, официальных приемов, брифингов, пресс-конференций и использования современных средств коммуникации;
- 7) планирование, разработка и организация различных видов и форм делового взаимодействия в рекламном бизнесе.

Место курса в системе профессиональной подготовки выпускника

В деловом мире в условиях обострения конкуренции деловое общение становится важным фактором, определяющим успех деятельности не только отдельного человека, но подчас и целой фирмы, организации. Опытный руководитель тратит большую часть рабочего дня на решение не только финансовых, технических или организационных проблем, но и психологических задач, возникающих в процессе общения с партнерами по бизнесу, потребителями, клиентами, сотрудниками внешних организаций, подчиненными, коллегами, начальством.

К специалисту в настоящее время предъявляются повышенные требования высокого профессионализма в смысле глубокого понимания принципов делового общения, деловой этики, делового этикета и протокола.

Данная дисциплина призвана помочь будущему специалисту овладеть навыками делового общения в целях обеспечения высокой конкуренции своей позиции, более свободного и профессионального вхождения в деловой мир, где существуют давно утвердившиеся правила и нормы деловой этики и делового этикета.

Курс органично сопрягается с рядом предметов, в частности, с маркетингом, "паблик рилейшнз", основами рекламы, психологией, социологией, деловыми аспектами иностранных языков. Он позволяет системно воспринять требования современной деловой культуры и активно воспользоваться наработками отечественных и зарубежных специалистов в деловом общении и, в частности, в осуществлении рекламных кампаний.

Требования к уровню освоения содержания дисциплины

Уровень освоения содержания курса должен позволять студентам свободно ориентироваться в этических основах делового общения как исторически сложившихся принципах, усвоить современные концептуальные подходы к переговорам (партнерский подход), а также уметь применить рациональную тактику ведения переговоров, построив убедительную аргументацию с учетом восприятия партнера, а также отразить возможные спекулятивные приемы оппонента.

В процессе освоения дисциплины «Деловое общение» студенты овладевают теоретическими знаниями и практическими навыками современных методов и технологий делового взаимодействия, культурой и техникой речи, этикетными нормами и культурой поведения в бизнесе.