

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

В . Е . Ж у ч к о в

Деловое общение

Учебное пособие

*Рекомендовано
Научно-методическим советом университета
для студентов специальности Политология*

Ярославль 2006

УДК 316.6
ББК Ю 953я73
Ж 94

*Рекомендовано
Редакционно-издательским советом университета
в качестве учебного издания. План 2006 года*

Рецензенты:

кафедра политологии и права Ярославского
государственного технического университета;
кандидат психологических наук И.В. Кузнецова

Жучков, В.Е. Деловое общение : учеб. пособие.
Ж 94 / В.Е. Жучков; Яросл. гос. ун-т. – Ярославль: ЯрГУ, 2006. –
112 с.

ISBN 5-8397-0449-0

Раскрываются основные темы учебной дисциплины
«Деловое общение». Содержатся список рекомендуемой
литературы, контрольные вопросы и задания, примерная
тематика рефератов, курсовых работ, приложения.

Предназначено для студентов, обучающихся по специ-
альности 020200 Политология (дисциплина «Деловое об-
щение», блок ДС.Р.00 Национально-региональный вузов-
ский компонент).

Библиогр.: 153 назв.

УДК 316.6
ББК Ю 953я73

ISBN 5-8397-0449-0

© Ярославский государственный
университет, 2006
© В.Е. Жучков, 2006

ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение.....	5
Глава 1. Теоретические основы делового общения.....	6
1.1. Общение и деловое общение: сущность и специфика.....	6
1.2. Основные аспекты общения.....	8
1.3. Формы и виды общения.....	9
1.4. Структура общения.....	12
Контрольные вопросы и задания	13
Глава 2. Перцепция и интеракция как структурные элементы делового общения	14
2.1. Перцепция как структурный элемент общения.....	14
2.2. Виды и механизмы восприятия	15
2.3. Формирование благоприятного первого впечатления ..	21
2.4. Интерактивный компонент делового общения	25
Контрольные вопросы и задания	29
Глава 3. Коммуникативная сторона делового общения	30
3.1. Коммуникация как структурный компонент делового общения.....	30
3.2. Невербальные средства коммуникации.....	32
3.2.1. Дистанцирование и ориентация в пространстве (проксемика).....	34
3.2.2. Общая моторика частей тела: позы, жесты, мимика (кинесика)	39
3.2.3. Визуальный контакт (взгляд).....	44
3.2.4. Телесный контакт (такесика)	46
3.2.5. Паралингвистика и экстралингвистика	49
3.3. Вербальные средства коммуникации.....	52

Глава 4. Основные формы делового общения.	59
4.1. Общие правила подготовки и проведения публичного выступления	59
4.2. Этапы переговорного процесса и общие правила его реализации	74
Контрольные вопросы и задания	84
Приложения	86
Приложение 1. Словарь основных психологических понятий (по Р.С. Немову)	86
Приложение 2. Психологические тесты	95
Приложение 3. Девять правил успешной вербальной коммуникации (по Г. Бройнингу)	103
Рекомендуемая литература.....	105

Введение

В последнее время наблюдается существенный рост числа научной, учебной и популярной литературы по проблемам делового общения. По всей видимости, это происходит вследствие того, что укрепление демократических политических институтов и развитие рыночных отношений требуют специалистов, владеющих навыками делового общения: людей, которые могут грамотно, «без бумажки» изложить свою точку зрения на публике, организуют и успешно проведут деловые переговоры, демонстрируя уверенное поведение, смогут повести за собой других людей.

Во многих странах основы делового общения начинают изучаться еще в школе. В нашей стране, к сожалению, многие выпускники высших учебных заведений, получив диплом, имеют лишь смутное представление о правилах делового общения. Познавать же эти правила все равно приходится, как убедился автор этих строк, но уже на собственном опыте.

Деловое общение – это особый вид общения, который обладает определенной спецификой. Это и наука, и искусство. Поэтому любое правило, приводимое в учебном пособии, не нужно воспринимать как аксиому, а скорее нужно пытаться творчески переосмыслить и понять, насколько оно будет эффективно в данной конкретной ситуации. Учебное пособие включает в себя рекомендации как отечественных, так и зарубежных специалистов. Именно в синтезе их позиций видится выстраивание оптимальных отношений в деловой сфере современной России.

Данный курс ориентирован, в первую очередь, на студентов факультета социально-политических наук. В конце курса лекций приведен список рекомендуемой литературы, в той или иной мере использовавшейся автором, который окажет несомненную помощь студентам в ходе самостоятельной работы над основными вопросами курса.