

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 специальности 020200 Политология (дисциплина «Деловое общение», блок ДС.Р.00 Национально-региональный вузовский компонент).

Библиогр.: 153 назв.

УДК 316.6  
ББК Ю 953я73

ISBN 5-8397-0449-0

© Ярославский государственный  
университет, 2006

© В.Е. Жучков, 2006

## ОГЛАВЛЕНИЕ

<b>Введение.....</b>	<b>5</b>
<b>Глава 1. Теоретические основы делового общения.....</b>	<b>6</b>
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
<b>Глава 2. Перцепция и интеракция как структурные элементы делового общения.....</b>	<b>14</b>
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
<b>Глава 3. Коммуникативная сторона делового общения ....</b>	<b>30</b>
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

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

## 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.