**МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ**

**ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**

**«БЕЛГОРОДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ**

**УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ В.Я. ГОРИНА»**

***Реферат на тему:***

***«Искусство делового общения»***

**Выполнила:**

студентка 21-Т(СПО-9) группы

Шибанова Екатерина Сергеевна

Научный руководитель:

Журахова Светлана Александровна, преподаватель русского языка и культуры речи

Белгород, 2019

**Содержание**

**Введение**

1. Понятие делового общения

2. Виды делового общения

3. Структура и функции общения

Заключение

Список использованной литературы

**Введение**

Без общения не может существовать ни отдельный человек, ни человеческое общество как целое. Общение для человека - это его среда обитания. Без общения невозможно формирование личности человека, его воспитание, интеллектуальное развитие, приспособление к жизни. Общение необходимо людям, как в процессе совместной трудовой деятельности, так и для поддержания межличностных отношений, отдыха, эмоциональной разгрузки, интеллектуального и художественного творчества.

Искусство общения - важнейший навык, которому стоит обучиться каждому из нас, независимо от того, где мы работаем и чем занимаемся.

Деловое общение является необходимой частью человеческой жизни, важнейшим видом отношений с другими людьми. Вечным и одним из главных регуляторов этих отношений выступают этические нормы, в которых выражены наши представления о добре и зле, справедливости и несправедливости, правильности и неправильности поступков людей. И общаясь в деловом сотрудничестве со своими подчинёнными, начальником или коллегами, каждый, так или иначе, сознательно или стихийно опирается на эти представления. Но в зависимости от того, как человек понимает моральные нормы. [5, с. 25] Какое содержание в них вкладывает, в какой степени он их вообще учитывает в общении, он может, как облегчить себе деловое общение, сделать его более эффективным, помочь в решении поставленных задач и достижении целей, так и затруднить это общение или даже сделать его невозможным.

Актуальность. Потребности современного общества, его духовных и материальных сфер делают проблему общения чрезвычайно актуальной. Социально-экономические изменения, произошедшие в нашей стране за последние годы, выдвинули новые требования к профессиональной подготовке специалиста.

Деловое общение имеет огромное значение для людей, занятых бизнесом и не только. Успех деятельности во многом зависит от того, насколько хорошо они владеют наукой и искусством делового общения. С этой целью на Западе практически в каждом университете и колледже имеются соответствующие курсы, издается множество научной и популярной литературы.

В связи с важностью исследуемой темы нами была определена цель работы - раскрыть понятие деловое общение.

В соответствии с заявленной целью ставятся следующие задачи:

1. Рассмотрение и отбор литературы по соответствующей теме;

2. Изучение понятия деловое общение;

3. Изучение видов делового общения.

**1. Понятие делового общения**

Каждое общее дело предполагает общение и взаимодействие участников как необходимое средство обеспечения его эффективности. В психологии общение определяется как взаимодействие двух или более людей, состоящее в обмене между ними информацией познавательного или эмоционально-оценочного характера.

Деловое общение - это взаимодействие между собой двух и более людей, построенное вокруг общего, что есть между ними, в данном случае - вокруг дела. Поэтому самое главное правило делового общения - никогда не забывать, что ты общаешься ради дела, а не ради удовольствия или забавы, не ради каких-то абстрактных принципов и идей. [6, с. 38]

Деловое общение является одним из самых важных для руководителя. Его целью является организация связей, посредством которых сотрудники будут взаимодействовать внутри организации, а также оно направлено на деятельность вне фирмы. Эта деятельность может носить научно-производственный характер, преследовать коммерческие цели и т.д. Деловое общение включает в себя передачу и прием важной информации, восприятие ее всеми сторонами. Главная особенность делового общения заключается в значимости партнера в общении. Здесь это личность, деловой субъект. Очень важным является взаимопонимание людей, поскольку оно обеспечивает эффективный результат взаимодействия, что и определяет эффективность сотрудничества.

Общение как взаимодействие предполагает, что люди устанавливают контакт друг с другом, обмениваются определенной информацией для того, чтобы строить совместную деятельность, сотрудничество.

Чтобы общение как взаимодействие происходило беспроблемно, оно должно состоять из следующих этапов:

- Установка контакта (знакомство). Предполагает понимание другого человека, представление себя другому человеку;

- Ориентировка в ситуации общения, осмысление происходящего, выдержка паузы;

- Обсуждение интересующей проблемы;

- Решение проблемы;

- Завершение контакта (выход из него).

Служебные контакты должны строиться на партнерских началах, исходить из взаимных запросов и потребностей, из интересов дела. Бесспорно, такое сотрудничество повышает трудовую и творческую активность, является важным фактором технологического процесса производства, бизнеса.

Таким образом, деловое общение - это сложный многоплановый процесс развития контактов между людьми в служебной сфере. Его участники выступают в официальных статусах и ориентированы на достижение цели, конкретных задач.

Специфической особенностью названного процесса является регламентированность, т.е. подчинение установленным ограничениям, которые определяются национальными и культурными традициями, профессиональными этическими принципами.

**2. Виды делового общения**

Деловое общение, как и другие разновидности общения, делятся на определенные виды.

По способу обмена информацией различают устное и письменное деловое общение.

Устные виды делового общения, в свою очередь, разделяются на монологические и диалогические.

К монологическим видам относятся:

\* Приветственная речь;

\* Торговая речь (реклама);

\* Информационная речь;

\* Доклад (на заседании, собрании).

Диалогические виды:

\* Деловой разговор - контакт людей в устной форме, касающийся деловой деятельности и ее различных аспектов: производственного, творческого и иных направлений. Он не обязательно должен осуществляться посредством личного общения, могут применяться и технические средства, например телефон, Интернет, видеотехника и др. Деловой разговор обязательно имеет предмет, касающийся определенной ситуации в производственной, управленческой или другой сфере. Как правило, одна из сторон общения запрашивает у другой информацию, интересующую ее по тому или иному вопросу. В свою очередь другая сторона предоставляет ее по мере возможностей. Деловой разговор должен иметь конечную цель. По его итогам производится принятие решений или достигаются соглашения, договоренности. Также предпринимаются заранее обговоренные, согласованные действия.

\* Деловая беседа - существенно отличается от делового разговора. Она предполагает рассмотрение в течение более длительного периода времени каких-либо проблем, которые определены заранее. Кроме того, деловая беседа возможна только при непосредственном контакте ее участников. Две основные формы деловой беседы: диалог и многостороннее деловое общение. Но они характерны для демократичных руководителей, которые прислушиваются к мнениям и суждениям своих подчиненных. Авторитарный лидер использует в основном форму монолога, так как не считает необходимым выслушивать мнения работников. Такие выступления чаще всего превращаются в отчет или подведение итогов. При этом не предполагается участие в такой "беседе" остальных сотрудников. Деловая беседа не может обходиться без анализа существующей проблемы или ситуации, в которую попала организация. В ее процессе выясняются мнения сотрудников на этот счет, их взгляд на всю ситуацию. Также происходит выяснение настроений среди партнеров организации или потребителей продукции. После получения всей этой информации руководитель вырабатывает решение, приемлемое в данной ситуации, учитывая интересы и мнения всех сторон, участвующих в деловой беседе. Организация деловой беседы должна быть проведена на достаточно высоком уровне. Это требует определенной подготовки: выбора места и времени ее проведения, состава ее участников, ограничения по времени, список вопросов, а также стремление достичь желаемого результата, который и является целью. [2, с. 53] Без этого деловая беседа станет просто разговором нескольких лиц на деловые темы.

\* Деловые переговоры - это особая форма совещания. Существует ряд их отличительных признаков.

1. В деловых переговорах принимает участие не менее двух сторон, каждая из которых преследует свои интересы.

2. Согласование по результатам переговоров интересов является главной их целью.

3. После проведения переговоров результат обязательно фиксируется в каком-либо юридическом документе.

В переговорах принимает участие группа, представляющая интересы организации. Возглавляет ее, как правило, руководитель. Здесь очень важны его навыки в общении с людьми, умение вести себя гибко в зависимости от ситуации, От него на деловых переговорах будет зависеть результат, который непременно скажется на всей организации.

\* Интервью - разговор с журналистом, предназначенный для печати, радио, телевидения;

\* Дискуссия;

\* Совещание (собрание);

\* Пресс-конференция;

\* Контактный деловой разговор - непосредственный, "живой" диалог;

\* Телефонный разговор (дистантный), исключающий невербальную коммуникацию.

В прямом контакте и непосредственной беседе наибольшее значение имеют устная и невербальная коммуникации. Беседа или передача сообщений по телефону являются самыми распространенными формами коммуникаций, их отличает непосредственный контакт и большое разнообразие способов общения, что позволяет без труда сочетать деловую (формальную) и личную (неформальную) части всякого сообщения.

Письменные виды делового общения - это многочисленные служебные документы: деловое письмо, протокол, отчет, справка, докладная и объяснительная записка, акт, заявление, договор, устав, положение, инструкция, решение, распоряжение, указание, приказ, доверенность и др.

По содержанию общение может быть разделено на:

\* Материальное - обмен предметами и продуктами деятельности;

\* Когнитивное - обмен знаниями;

\* Мотивационное - обмен побуждениями, целями, интересами, мотивами, потребностями;

\* Деятельностное - обмен действиями, операциями, умениями, навыками.

По средствам общения возможно деление на такие четыре вида:

\* Непосредственное - осуществляемое с помощью естественных органов, данных живому существу: руки, голова, туловище, голосовые связки и т.д.;

\* Опосредованное - связанное с использованием специальных средств и орудий;

\* Прямое - предполагает личные контакты и непосредственное восприятие друг другом общающихся людей в самом акте общения;

\* Косвенное - осуществляется через посредников, которыми могут выступать другие люди.

Таким образом, конечные цели делового общения:

- взаимопонимание;

- дело;

- деятельность;

- результат;

- продуктивное сотрудничество

**3. Структура и функции общения**

К структуре общения можно подойти по-разному, в данном случае будет охарактеризована структура путем выделения в общении трех взаимосвязанных сторон: коммуникативной, интерактивной и перцептивной.

Коммуникативная сторона общения (или коммуникация в узком смысле слова) состоит в обмене информацией между общающимися индивидами.

Интерактивная сторона заключается в организации взаимодействия между общающимися индивидами (обмен действиями).

Перцептивная сторона общения означает процесс восприятия и познания друг друга партнерами по общению и установления на этой основе взаимопонимания.

Употребление этих терминов условно, иногда в аналогичном смысле употребляют и другие: в общении выделяют три функции - информационно-коммуникативная, регуляционно-коммуникативная, аффективно-коммуникативная.

Коммуникативная функция общения. Во время акта общения имеет место не просто движение информации, а взаимная передача закодированных сведений между двумя индивидами - субъектами общения. Следовательно, имеет место обмен информацией. Но люди при этом не просто обмениваются значениями, они стремятся при этом выработать общий смысл. А это возможно лишь в том случае, если информация не только принята, но и осмыслена. общение деловой переговоры невербальный

В условиях человеческой коммуникации могут возникать коммуникативные барьеры. Они носят социальный или психологический характер.

Сама по себе исходящая от коммуникатора информация может быть побудительной (приказ, совет, просьба - рассчитана на то, чтобы стимулировать какое-либо действие) и констатирующей (сообщение - имеет место в различных образовательных системах).

Для передачи любая информация должна быть соответствующим образом закодирована, т.е. она возможна лишь посредством использования знаковых систем. Самое простое деление средств коммуникации - на вербальные и невербальные, использующие разные знаковые системы.

Вербальная коммуникация. Использует в качестве таковой человеческую речь. Речь является самым универсальным средством коммуникации, поскольку при передаче информации посредством речи менее всего теряется смысл сообщения.

Модель вербального коммуникативного процесса включает 5 элементов:

Кто? (передает сообщение) - коммуникатор

Что? (передается) - сообщение (текст)

Как? (осуществляется передача)- канал

Кому? (направлено сообщение)- аудитория

С каким эффектом?- эффективность.

Можно выделить три позиции коммуникатора во время коммуникативного процесса:

- открытая (открыто объявляет себя сторонником излагаемой точки зрения);

- отстраненная (держится, подчеркнуто нейтрально, сопоставляет противоречивые точки зрения);

- закрытая (умалчивает о своей точке зрения, скрывает ее).

В современной коммуникации принято выделять 3 вида речевых актов, в зависимости от ожидаемой реакции адресата: вопросы, побуждения и сообщения.

Если со стороны собеседника не предполагается никакой реакции, кроме "принятия к сведению" информации, то высказывание принадлежит к классу сообщения. Они должны формулироваться ясно, кратко, быть правдивыми.

Если ожидаемой реакцией на реплику является какое-то действие вне рамок диалога, то говорящий побуждает речью. Особенностью деловых взаимоотношений является то, что приказы, распоряжения отдаются вежливым тоном. Лучше использовать такой вид побуждения, как просьба, совет.

Высказывание, направленное на то, чтобы получить ответ (вербальную реакцию), относится к классу вопросов. В зависимости от установки говорящего различают собственно вопросы (спрашивающий сам не знает правильного ответа) и т.н. "учительские" вопросы (говорящий хочет проверить адресата речи).

Любое утверждение, особенно категорическое, вызывает дух противоречия. Если придать сообщению форму вопроса, то можно смягчить, нейтрализовать протест собеседника. Вопросная форма снижает вероятность спора, конфликта в служебном общении.

Вопросы позволяют деловому человеку направить процесс передачи информации в нужное русло, перехватить и удержать инициативу, активизировать слушателя. На основе этих функций выделяют 5 типов вопросов:

1. "Закрытые" - это вопросы, на которые можно ответить "да" или "нет". Доверие собеседника можно завоевать, задавая в начале контакта вопросы, требующие утверждения "да". "Закрытые" вопросы лишают другого высказать свое мнение, им нельзя злоупотреблять.

2. "Открытые" вопросы требуют какого-либо объяснения, задаются для получения дополнительных сведений, выяснения реальных мотивов. Они начинаются словами "Что, кто, как, сколько, почему, каково ваше мнение ..."

3. Риторические не требуют ответа, их цель - вызвать новые вопросы, указать на нерешенные проблемы, обеспечить поддержку позиции говорящего путем молчаливого одобрения.

4. Вопросы для обдумывания вынуждают размышлять, комментировать сказанное, вносить поправки в изложенное.

5. Переломные вопросы удерживают беседу в строго установленном направлении или поднимают новые проблемы, переключают на другое.

Невербальная коммуникация. Установлено, что в процессе взаимодействия людей 60-80% коммуникации осуществляется путем применения невербальных выражений. Они развиваются как общественные знаки коммуникации, хотя некоторые элементы, составляющие их, врожденны. Жесты и мимика, позы наделены семантико-экспрессивной окраской, подчиняются этическим нормам. В условиях служебного взаимодействия тональность невербального поведения должна оставаться нейтральной. Чрезмерная жестикуляция при деловом разговоре может быть расценена как проявление фамильярности.

Невербальные выражения делятся на четыре группы:

1. Экстра- и паралингвистические - различные околоречевые добавки, придающие общению определенную смысловую окраску: тип речи, интонирование, паузы, смех, покашливание и т.д.

2. Оптико-кинетические - это то, что человек "прочитывает" на расстоянии: жесты, мимика, пантомимика.

Жест - это движение рук или кистей рук, они классифицируются на основе функций, которые выполняют:

- коммуникативные (заменяющие речь)

- описательные (их смысл понятен только при словах)

- жесты, выражающие отношение к людям, состояние человека.

Одни жесты являются произвольными (ритмические, указательные и т.п.), другие - обусловлены импульсами подсознания.

Мимика - это движение мышц лица.

Владение мимикой, умение передавать эмоции (радость, гнев, удивление, отвращение, страх, грусть ...) является профессиональным требованием для менеджеров, политиков, педагогов, всех, работающих с людьми. Считается, что наиболее экспрессивны - рот, губы.

Пантомимика (кинесика) - совокупность жестов, мимики и положения тела в пространстве (позы).

3. Проксимика - организация пространства и времени коммуникативного процесса)

Выделяют четыре основные дистанции общения:

· Интимная - от 0 до 0,5 метра. На ней общаются люди, связанные, как правило, близкими доверительными отношениями. Информация передается тихим и спокойным голосом. Многое передается с помощью жестов, взглядов, мимики.

· Межличностная - от 0,5 до 1,2 метра. На ней осуществляется общение между друзьями.

· Официально-деловая или социальная - от 1,2 до 3,7 метра. Используется для делового общения, причем, чем больше расстояние между партнерами, тем более официальны их отношения.

· Публичная - более 3,7 метров. Характеризуется выступлением перед аудиторией. При таком общении человек должен следить за речью, за правильностью построения фраз.

4. Визуальный контакт - визуалика, или контакт глаз. Установлено, что обычно общающиеся смотрят в глаза друг другу не более 10 секунд.

С помощью глаз мы получаем самые точные и открытые сигналы, поэтому во время делового разговора важно контролировать выражение глаз, встречаться взглядом с коммуникантом не менее 60-70% времени контакта. Взгляд рекомендуется направлять на воображаемый треугольник на лбу собеседника и не отпускать ниже его глаз.

В физиологических исследованиях подмечено, что, когда человек доволен, радостно возбужден, его зрачки расширяются в 4 раза по сравнению с нормальным состоянием, и наоборот.

Понимание невербального языка позволяет точно определить замыслы, позицию собеседника.

Интерактивная и перцептивная функции общения. Интерактивная функция - это характеристика тех компонентов общения, которые связаны с взаимодействием людей, с непосредственной организацией их совместной деятельности. Есть два типа взаимодействий - кооперация и конкуренция.

Кооперативное взаимодействие означает Координацию сил участников. Кооперация является необходимым элементом совместной деятельности, порождается самой ее природой.

Одной из наиболее ярких форм конкуренции является конфликт.

Перцептивная функция общения - это процесс восприятия и понимания людьми друг друга.

Все три стороны общения тесно переплетаются между собой, органически дополняют друг друга и составляют процесс общения в целом.

**Заключение**

Деловое общение - это до 80% рабочего времени руководителей всех уровней. Оно пронизывает все сферы жизнедеятельности человека, и без него не может обходиться ни управление, ни политика, ни образование, ни бизнес.

Деловое общение - это процесс передачи эмоционального и интеллектуального содержания управленческой проблемы. Это двухсторонний поток информации, когда одна сторона и получает информацию, и отвечает, реагирует на нее незамедлительно или по прошествии некоторого отрезка времени. Следовательно, плодотворно может работать лишь тот руководитель, который умеет организовывать эффективное деловое общение. Решение этой задачи невозможно без знания психологических основ коммуникации и этики делового общения [4, с. 12].

Деловое управленческое общение является одной из фундаментальных категорий в деятельности менеджеров, управленцев всех рангов и уровней. Главным условием эффективности делового общения является осознание руководителем того, что возможность реализации целей деятельности предприятия, фирмы, организации возрастает, если правильно организовать общение, добиться при этом создания атмосферы взаимопонимания, доверия и сотрудничества. Учет особенностей обратной связи, использование психологических знаний для преодоления коммуникативных барьеров, а также правильный выбор типа коммуникативного воздействия существенно сократят затраты времени как руководителя, так и подчиненного.

В настоящее время, в условиях развития рыночных отношений, роста конкуренции, перед любым предприятием стоят задачи повышения эффективности своей деятельности. Успешное их решение во многом зависит от уровня управления работой персонала. В связи с этим на многих предприятиях назрела необходимость совершенствования управления, приведения его в соответствие с условиями и целями деятельности.

**Список использованной литературы**

1. Березуцкая Ю.П. Психология делового общения / Ю.П. Березуцкая. - М.: Инфра-М, 2007. - 346 с.

2. Дедюлина М.А. Этика: учебно-методическое пособие / М.А. Дедюлина. - Таганрог: Изд-во ТРТУ, 2005. - 100 с.

3. Либерман К.А. Деловое общение в системе коммуникации / К.А. Либерман // Российский бухгалтер. - 2007. - №10. - С. 29-31.

4. Перова С.Н. Деловое общение: секреты успешного взаимодействия / С.Н. Перова // Вопросы психологии. - 2007. - №2. - С. 12-14.

5. Рева В.Е. Деловое общение: учебное пособие / В.Е. Рева. - Пенза: ПГУ, 2003. - 240 с.

6. Столяренко Л.Д. Психология делового общения и управления: учебник / Л.Д. Столяренко. - Ростов на-Дону: Феникс, 2005. - 416 с.

7. Тренев Н.Н. Основы делового общения / Н.Н. Тренев // Маркетинг в России и за рубежом. - 2005. - №5. - С. 51-54.