Электростальский политехнический институт (филиал)

Московского института стали и сплавов

(технологического университета)

КАФЕДРА ГУМАНИТАРНЫХ НАУК

РЕФЕРАТ ПО ЭТИКЕ ДЕЛОВЫХ ОТНОШЕНИЙ

НА ТЕМУ:

«**Деловое общение**.»

Выполнил:

 Студент дневного отделения

Группа

Проверил:Преподаватель кафедры

Гуманитарных наук

 2008 г.

**Деловое общение.**

**Общение** – сложный многоплановый процесс установления и развития контактов между людьми, порождаемый потребностями совместной деятельности и включающий в себя обмен информацией, выработку единой стратегии взаимодействия, восприятие и понимание другого человека.

 По характеру и содержанию общение бывает формальное (деловое) и неформальное (светское, обыденное, бытовое).

 **Деловое общение – это процесс взаимосвязи и взаимодействия, в котором происходит обмен деятельностью, информацией и опытом, предполагающим достижение определенного результата, решение конкретной проблемы или реализацию определенной цели.**

В целом *деловое общение отличается от обыденного* (неформального) тем, что в его процессе ставятся цель и конкретные задачи, которые требуют своего решения. В деловом общении мы не можем прекратить взаимодействие с партнером (по крайней мере, без потерь для обеих сторон). В обычном дружеском общении чаще всего не ставятся конкретные задачи, не преследуются определенные цели. Такое общение можно прекратить (по желанию участников) в любой момент.

Деловое общение можно условно разделить на *прямое* (непосредственный контакт) и *косвенное* (когда между партнерами существует пространственно-временная дистанция).

 Прямое деловое общение обладает большей результативностью, силой эмоционального воздействия и внушения, чем косвенное, в нем непосредственно действуют социально-психологические механизмы.

 *Характеристика и содержание делового общения.*

 Различают два вида общения: вербальное и невербальное. Общение, осуществляемое с помощью слов, называется **вербальным**. При **невербальном общении** средством передачи информации являются невербальные (несловесные) знаки (позы, жесты, мимика, интонация, взгляды и т.д.).

 Речь способна точно и беспристрастно фиксировать интеллектуальные соображения человека, служить средством передачи однозначно трактуемых сообщений. Именно поэтому речь успешно используется для закрепления и передачи разного рода научных идей, а также координации совместной деятельности, для осмысления душевных переживаний человека, его взаимоотношений с людьми.

 Невербальные средства общения чаще всего используются для установления эмоционального контакта с собеседником и поддержания его в процессе беседы, для фиксации того, насколько хорошо человек владеет собой, а также для получения информации о том, что люди в действительности думают о других.

 *Механизмы воздействия в процессе общения.*

 Заражение можно определить как бессознательную, невольную подверженность человека определенным психическим состояниям. Оно проявляется через передачу определенного эмоционального состояния или психического настроя.

 Внушение – это целенаправленное неаргументированное воздействие одного человека на другого. При внушении осуществляется процесс передачи информации, основанный на ее некритическом восприятии.

 Убеждение. Воздействие построено на том, чтобы с помощью логического обоснования добиться согласия от человека, принимающего информацию.

 Подражание. Его специфика, в отличие от заражения и внушения, состоит в том, что здесь осуществляется не простое принятие внешних черт поведения другого человека, а воспроизведение им черт и образов демонстрируемого поведения.

 *Структуру делового общения* можно охарактеризовать путем выделения в нем трех взаимосвязанных сторон: коммуникативной, интерактивной и перцептивной.

 Коммуникативная сторона делового общения*.* **Общение** - это коммуникация, т.е. обмен мнениями, переживаниями, настроениями, желаниями и т.д. Содержание конкретной коммуникации может быть различным: обсуждение новостей, сообщение о погоде или спор о политике, решение деловых вопросов с партнерами и др. Коммуникация в общении всегда значима для ее участников, так как обмен сообщениями происходит не без причины, а ради достижения каких-то целей, удовлетворения каких-то потребностей и т.д.

 Интерактивная сторона делового общения заключается в организации взаимодействия между людьми, т.е. в обмене не только знаниями и идеями, но и действиями. **Действие** – главное содержание общения. Описывая его, мы часто используем термины действий. Например, «он нанес мне удар» или «он подстроился под меня». Также очень важно уметь соотносить действия и ситуацию. Ведь одна и та же ситуация может быть по-разному «прочтена» партнерами и соответственно их действия в одной и той же ситуации могут быть различными.

 Перцептивная сторона делового общения означает процесс восприятия друг друга партнерами по общению и установление на этой почве взаимопонимания. Общаясь с человеком, мы как бы «читаем» его, и это «беглое чтение» позволяет нам понимать его поведение. Очень часто важно не только само по себе понимание того или иного поведения, но и основ, истоков, движущих сил и механизмов.

 Деловое общение реализуется в различных формах:

* деловая беседа,
* деловые переговоры,
* деловые совещания,
* публичные выступления.

Практика деловых отношений показывает, что в решении проблем, связанных с межличностным контактом, многое зависит от того, как партнеры (собеседники) умеют налаживать контакт друг с другом. При всем многообразии форм делового общения деловая беседа является наиболее распространенной и чаще всего применяемой.

Под *деловой беседой* понимают речевое общение между собеседниками, которые имеют необходимые полномочия от своих организаций и фирм для установления деловых отношений, разрешения деловых проблем или выработки конструктивного подхода к их решению.

Деловая беседа является наиболее благоприятной, зачастую единственной возможностью убедить собеседника в обоснованности вашей позиции с тем, чтобы он согласился и поддержал ее. Таким образом, одна из главных задач деловой беседы – убедить партнера принять конкретные предложения.

Деловая беседа выполняет ряд важнейших функций:

* взаимное общение работников из одной деловой сферы;
* совместный поиск, выдвижение и оперативная разработка рабочих идей и замыслов;
* контроль и координирование уже начатых деловых мероприятий;
* поддержание деловых контактов;
* стимулирование деловой активности.

Основными этапами деловой беседы являются:

* начало беседы;
* информирование партнеров;
* аргументирование выдвигаемых положений;
* принятие решений;
* завершение беседы.

**Конфликтная ситуация.**

1. Конфликт возник между мной, сотрудником фирмы «Авита», и моим директором.
2. Мой выходной день.
3. У меня есть билет в театр на этот день, а мой директор просит выйти на работу из-за срочного заказа.
4. Варианты:
	* Выйти на работу.
	* Отказать директору.
	* Попросить другого сотрудника выйти вместо меня на работу.
	* Перенести поездку в театр на другой день за счет фирмы.
5. В данной конфликтной ситуации был выбран последний вариант. Его можно считать идеальным, так как были учтены интересы обеих сторон.

**Принятие этического решения.**

*Ситуация*: Я – руководитель табачной фабрики. Мое производство высоко прибыльно, но продукция предприятия наносит вред здоровью потребителя.

 *Участники ситуации*: Я - руководитель фабрики, сотрудники моего предприятия, потребители табачной продукции.

 *Права и обязанности участников ситуации*:

Я имею права и обязанности как руководителя предприятия.

 Коллектив предприятия имеет право на труд, право на получение заработной платы, право на социальные льготы. Коллектив обязан добросовестно выполнять свои производственные функции.

 Потребитель имеет право обладать информацией о вреде, причиняемом здоровью от потребления продукции, а также право самому решать потреблять ему эту продукцию или нет. Потребитель обязан оплачивать потребляемую им продукцию.

 *Последствия и мотивы возможных вариантов:*

1. Провести комплекс мероприятий по информированию потребителей о вреде продукции.

Последствия: Дополнительные вложения в производство отразятся на доходах сотрудников. Потребитель будет более информирован о вреде продукции.

Мотивы: Честность, порядочность, лояльность по отношению к потребителю.

1. Уменьшить количество вредных веществ, содержащихся в продукции.

Последствия: Потребитель приобретает менее вредную продукцию.

Мотивы: Проявление лояльности к потребителю.

1. Закрыть предприятие.

Последствия: Я и мой коллектив останутся без работы и средств существования.

Мотивы: Честность, порядочность, лояльность к потребителю.

1. Не менять ничего.

Последствия: Все останется по-старому.

Мотивы: Лояльность по отношению к коллективу предприятия.