Контрольная работа

# **«Этика и психология делового общения»**

**Содержание**

Введение

1. Деловое поведение работников: творческая самореализация личности в деловом поведении

2. Взаимодействие личности и коллектива современного предприятия

3. Этика делового общения. Ключевые понятия

Заключение

Список использованной литературы

**Введение**

Проблемы этики деловых отношений, предпринимательства имеют столь же давнею историю, как и само предпринимательство и служила объектом изучения, еще Аристотель приравнивал прибыль к ростовщичеству. Ныне во всем мире вопросы этики деловых отношений широко исследуются, служат предметом научных дискуссий и форумов, изучаются во многих высших и средних учебных заведениях, обеспечивающих подготовку кадров для рынка.

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.

Практика показывает, что без умения устанавливать деловые связи, сотрудничать с партнерами, управлять людьми, ситуацией и самим собой добиться коммерческого успеха чрезвычайно трудно. Между тем у большинства наших предпринимателей, на мой взгляд не достаточно высокий уровень культуры общения, что существенно снижает их деловую активность и не позволяет максимально реализовать свою инициативу.

В России, в последнее время проблемы этики деловых отношений также вышли на передний план, поскольку стало очевидным, что в цивилизованный рынок нашему отечеству не войти без серьезной этической основы, прежде всего в предпринимательстве.

**1. Деловое поведение работников: творческая самореализация личности в деловом поведении**

Прежде чем ответить на поставленный вопрос наверно стоит отвлечься на само определение, что значит личность. Понятие личности относится к числу наиболее сложных, в русском языке давно употребляется термин “лик” для характеристики изображения лица на иконе. В европейских языках слово “личность” восходит к латинскому понятию “персона”, что означало маску актера в театре, социальную роль и человека, как некое целостное существо. В восточных языках, таких как японский, слово “личность” связывают не только с лицом человека, но даже в большей степени с его телом. В европейской традиции лицо рассматривается в оппозиции с его телом, так как лицо символизирует душу человека, а для китайского мышления характерно понятие “жизненность, куда входят и телесные, и духовные качества индивида”.

На данный момент выделяют четыре теории личности:

1. Биологизаторская – по данной теории каждая личность формируется и развивается в соответствии с её врожденными качествами и особенностями, социальное окружение не играет при этом особой роли.

2. Социологизаторская – личность это продукт, который полностью формируется только в ходе социального опыта, биологическая наследственность не играет при этом значительной роли.

3. Психоаналитическая теория Фрейда – личность это совокупность желаний, импульсов, инстинктов.

Фрейд очертил следующую структуру личности:

а) “Ид” (“оно”) – бессознательное поведение личности, это инстинкты, потребности, которые личностью не осознаются.

б) “Эго” (“Я”) – это осознание человеком самого себя, своих желаний и потребностей.

в) “Суперэго” – осознание человеком норм и правил общества.

Из теории Фрейда можно сделать следующий вывод: личность – это существо противоречивое. Конфликт между бессознательным поведением и нормами общества способствует самореализации и развитию личности.

4. Идоническая теория Г. Юнга – личность это система реакций на различные стимулы внешней среды. Главным мотивом поведения человека является стремление получить удовольствие либо избежать неприятностей, страданий и боли. Значит поведением человека можно управлять, предлагая за определенные действия то или иное вознаграждение.

Что ж с каждой из теорий можно поспорить или опровергнуть её, но наверняка каждая из теорий построена на реальных фактах, чтож попробуем сделать выводы:

Личность – это социальная сущность человека, совокупность социальных характеристик, которые появляются в ходе социального опыта, которая формируется и развивается в процессе своей жизнедеятельности, т.е. приобретается определенный социальный опыт.

Хотелось бы выделить следующие факторы развития личности (потребность и является социальным опытом):

1. Биологическая наследственность – она создает изначальное отличие личности от других членов общества, создает дополнительные возможности или ограничения для развития тех или иных качеств личности.

2. Физическое окружение – означает, что особенности в поведении людей во многом определяются особенностями климата, географического пространства природных ресурсов, организации пространства.

3. Культура общества – т.е. каждое общество дате всем своим представителям особые культурные образцы, язык, ценности, которые другие общества предложить не могут.

4. Групповой опыт – в результате взаимодействия и общения с другими людьми человек осваивает множество социальных ролей, а также формирует собственный “Я – образ”, который появляется в результате оценок окружающих.

5. Индивидуальный опыт – это совокупность чувств, эмоций, впечатлений, событий, переживаний, пережитых личностью. Индивидуальный опыт уникален и неповторим.

Целый ряд проведенных в Росси и за рубежом исследований показал, что для результативности бизнеса первостепенное значение имеет безупречное с точки зрения этики и культуры проведение деловых контактов и деловых взаимоотношений. От умения, способности вести дела – деликатно, строго соблюдая общепринятые нормы правила, от характера поведения, состояния коллектива зависит результат хозяйственных взаимоотношений с партнерами, а следовательно и финансовое благосостояние компании. Как показала практика самореализация личности в деловом поведении, например для менеджера, может выражаться в умении наиболее рационально вести любые деловые переговоры, добиваться намеченного с соблюдением всех установленных этических порядков и в тоже время производя на партнеров максимально благоприятное впечатление, формируя тем самым имидж свой собственный и компании, представителем которой он является.

Кроме того, творческая самореализация личности в деловом поведении на предприятии, может помочь диагностика личности, ее интеллекта, а также межличностных отношении в коллективе. Для этого широко используются популярные психодиагностические методики, прошедшие массовую апробацию и доказавшие свою практическую ценность. В любой рабочей группе важно уметь оценить склонности и интересы партнеров по общению, их личностные особенности, наконец, степень их соответствия той социальной роли, на которую они претендуют.

Естественно, что наиболее высокие требования предъявляются к психической организации, личностным качествам и интеллекту человека, являющегося руководителем. Современный руководитель обязан обладать элементарной социально – психологической культурой и уметь диагностировать не только личностные характеристики, но и коллективные, например такие, как нарастание уровня конфликтности, изменение и формирование общественного мнения, и многие другие. Именно психодиагностика позволит проанализировать и найти конструктивный подход к разрешению таких проблем, как психологический климат в коллективе, динамика настроения, конфронтация лидеров. Включенность современного человека в сложные социальные зависимости диктует насущная потребность для каждого члена рабочей группы в психодиагностике своего состояния, своих возможностей и перспектив своей деятельности.

Но при этом нельзя забывать, любой личности для творческой реализации необходима поддержка, или хотя бы отсутствие помех, а это в сою очередь позволяет перейти ко второй теме реферата.

**2. Взаимодействие личности и коллектива современного предприятия**

Основа успеха любой современной коллективной деятельности – отношения сотрудничества и взаимопомощи в противовес конфликту и конфронтации. Поведение, ориентирующееся на совместную деятельностьличности и коллектива, предполагает наличие определенных предпосылок. В качестве условий формирования кооперативной взаимозависимости выделяются:

\* Свобода и открытость информационного обмена;

\* Взаимная поддержка действий, убеждение в их оправданности;

\* Доверие, дружелюбие в отношениях сторон.

В свою очередь, взаимному доверию сторон способствует: наличие нейтральных лиц, облегчающие взаимные успехи; возможность получить предварительную информацию о действиях другого; личностные особенности участников взаимодействия и их роль в коллективе.

Психология группы - это совокупность определенных социально психологических явлений, возникающих в процессе ее формирования и функционирования на основе становления внутренних связей в коллективе, форм и способов взаимоудовлетворения потребностей его членов. Сюда же относятся морально-психологический климат, способы общения, общественное мнение и настроение, обычаи и традиции, проблема лидерства, природа внутригрупповых конфликтов и т.д.

Существует 5 типов взаимоотношений внутри коллективов, существенно различающихся с точки зрения морально – психологического климата.

1. Невмешательство: низкий уровень заботы руководителя о производстве и о людях. Руководитель много делает сам, не делегирует своих функций, не стремится к серьезным достижениям. Главное для него – сохранить свою должность.

2. Теплая компания: высокий уровень заботы о людях, стремление к установлению дружеских отношений, приятной атмосферой, удобного для сотрудников темпа работы. При этом руководителя не особенно интересует, будут ли при этом достигнуты конкретные и устойчивые результаты.

3. Задача: внимание руководителя полностью сосредоточено на решении производственных задач. Человеческий фактор либо недооценивается, либо просто игнорируется.

4. Золотая середина: руководитель в своей деятельности стремиться оптимально сочетать интересы дела и интересы персонала, он не требует слишком многого от сотрудников, но и не занимается попустительством.

5. Команда: наиболее предпочтительный тип взаимоотношений в рабочей группе. Руководитель стремится максимально учитывать интересы производства и интересы коллектива, объединению деловитости и человечности на всех уровнях отношений.

Не менее интересные исследования динамики межличностных отношений в системе «руководитель - подчиненный», предложенная двумя американцами – Херси и Бланчардом. В рамках этого подхода предполагается, что степень руководства сотрудником и его эмоциональной поддержки самым тесным образом связана с уровнем его профессиональной зрелости, т.е. по мере роста профессионализма руководитель все меньше управляет и все больше поддерживает сотрудника, вселяя в него уверенность в своих силах. Вместе с тем с достижением среднего уровня зрелости и выше руководитель не только меньше руководит, но и меньше эмоционально поддерживает его, поскольку такой подчиненный уже в состоянии сам контролировать себя, и в этой ситуации сокращение опеки расценивается как доверие со стороны шефа.

Возникающая при этом групповая сплоченность может иметь позитивную, негативную либо конформистскую направленность. В первом случае первая группа воспринимает лучшие деловые и нравственные качества своих членов, люди гордятся своей принадлежностью к данному коллективу, возникающие проблемы решаются по-деловому, инициативно и творчески, что дает и большие шансы для творческой самореализации. Во втором случае большая часть энергии коллектива тратится на участие в конфликтах между различными группировками, неформальными и формальными лидерами, выяснения отношений с другими подразделениями. Производственные проблемы как-бы отходят на второй план. Конформистская направленность характеризуется чисто внешней показной заинтересованностью работников в результатах их трудовой деятельности, безразличием к коллективным усилиям. Сфера интересов сотрудников находится вне рабочей группы: общественно-политическая деятельность, семья, личные проблемы и т.д.

Подытоживая сказанное можно сказать, что эффективность работы коллектива, его способность решать поставленные задачи во многом зависит от морально- психологического климата, а также от господствующего в группе «настроя» сотрудников, который, при прочих равных условиях, обусловлен, во-первых, качественным составом персонала и, во-вторых, особенностями неформальных отношений между руководителем и подчиненным, личностью и коллективом.

Остановимся на этих проблемах более подробно. Научные исследования и обобщение опыта практической работы свидетельствуют о том, что наиболее продуктивными являются рабочие группы, состоящие из лиц разного возраста, пола и темперамента. Молодые работники лучше воспринимают новое, более энергичны, но порою самонадеянны, не склонны к компромиссам. Пожилые, напротив, достаточно консервативны, но обладают жизненным опытом, не склонны к авантюрам, способны принимать более взвешенные решения, как правило, избегают конфликтных ситуаций. Далее, чисто женские и чисто мужские коллективы обладают специфическими недостатками: в женских коллективах чаще случаются мелочные склоки, больше потерь рабочего времени в связи с систематическим обсуждением житейских проблем и т. д., в то время как в некоторых мужских коллективах в рабочее время процветает сквернословие и « дурные привычки». Иными словами, совместная работа лиц разного пола как бы подтягивает работников, повышает самодисциплину, требовательность к себе. Не менее важно иметь в группе индивидов с разным темпераментом, поскольку каждый из них, как мы уже выяснили, имеет свои достоинства и недостатки.

Основополагающее значение имеют уважение чужого достоинства. Нравственно – психологической основой этого принципа является аксиома социальной психологии, согласно которой ни один человек не чувствует себя достаточно комфортно без положительной самооценки. Следовательно, руководитель обязан видеть в каждом подчиненном не должность, а личность, проявлять доброжелательность и терпимость, с уважением относиться к его личной жизни, но при этом избегать советов в этой области. Желательно всегда помнить, что «сильный никогда не унижает» и, следовательно, недопустимо повышать голос на своего сотрудника, навешивать ярлыки типа «лентяй», «бездельник», «тупица» и т.д.

Если подчиненный ошибся или допустил проступок, он, как правило, понимает свою вину и адекватно воспринимает наказание, но если начальник при этом заденет его самолюбие, он не прости этого. Следовательно, при разборе ситуации необходимо разделять человека и поступок: критиковать конкретные действия, а не личность провинившегося.

Важно помнить, что уважают только тех руководителей, которые хвалят при всех, а выговаривают с глазу на глаз; никогда не жалуются на своих сотрудников и, если надо, берут их вину на себя; своевременно и открыто признают свои ошибки. Несмотря на личные симпатии и антипатии, руководитель обязан предъявлять ко всем подчиненным одинаковые требования, ко всем относиться равно, никого не выделять; при посторонних обращаться к своим сотрудникам по имени и отчеству в не зависимости от их возраста. Недопустимо читать нотации и поучать персонал, если сам руководитель не соблюдает данное требование: воспитательное значение имеет только личный пример руководителя.

Типичная ошибка молодых руководителей – стремление стать « своим»

**3. Этика делового общения. Ключевые понятия**

Деловое общение является необходимой частью человеческой жизни, важнейшим видом отношений с другими людьми. Вечным и одним из главных регуляторов этих отношений выступает этические нормы, в которых выражены наши представления, о добре и зле, справедливости и несправедливости, правильности или неправильности поступков людей. В зависимости от того, как человек понимает моральные нормы, какое содержание в них вкладывает, он может как облегчить себе деловое общение, так и затруднить это общение или даже сделать его невозможным.

**Этика** – учение о морали, нравственности.

**Мораль** – это система этических ценностей, которые признаются человеком.

**Мораль** – важнейший способ нормативной регуляции общественных отношений, общения и поведения людей в самых различных общественной жизни. Нормы морали получают свое идейное выражение в общих представлениях, заповедях, принципах о том, как должно себя вести. Мораль всегда предполагает наличие определенного нравственного идеала, образца для подражания. Однако в морали должное далеко не всегда совпадает с сущим. Более того, на все протяжении развития морального сознания внутренним стержнем и структуры его изменения является «противоречиво-напряженное соотношение понятий сущего и должного».

**Общение** – процесс взаимодействия общественных субъектов: социальных групп, общностей или личностей, в котором происходит обмен информацией, опытом, способностями и результатами деятельности. Специфика делового общения обусловлена тем, что оно возникает на основе и по поводу определенного вида деятельности, связанной с производством какого-либо продукта или делового эффекта. Как и всякий вид общения, деловое общение имеет исторический характер, оно проявляется на разных уровнях социальной системы и в различных формах. Его отличительная черта – оно не имеет самовладеющего назначения, не является самоцелью, а служит средством для достижения каких-либо других целей. В условиях рыночных отношениях – это прежде всего получение максимальной прибыли.

**Заключение**

Этику делового общения следует учитывать в различных ее проявлениях: в отношениях между предприятием и социальной средой; между предприятиями; внутри одного предприятия. Между сторонами того или иного вида делового общения существует своя специфика. Задача состоит в том, чтобы сформулировать такие принципы делового общения, которое не только соответствовали каждому виду делового общения, но и не противоречили общим нравственным принципам поведения людей. Вместе с тем, они должны служит надежным инструментом координации деятельности людей, вовлеченных в деловое общение.

Применительно к деловому общению основной этический принцип можно сформулировать таким образом: в деловом общении при принятии решения о том, какие ценности следует предпочесть в данной ситуации, поступать так, чтобы максима твоей воли была совместима с нравственными ценностями других сторон, участвующих в общении, и допускала координацию интересов всех сторон. Таким образом, в основе этики делового общения должна быть координация, а по возможности и гармонизация, интересов. Естественно, если оно осуществляется этическими средствами и во имя морально оправданных целей. Поэтому деловое общение должно постоянно проверяться этической рефлексией, оправдывающей мотивы вступления в него. При этом сделать этические правильный выбор и принять индивидуально решение, часто дело совсем не простое. Рыночные отношения предоставляют свободу выбора, но вместе с тем увеличивают количество вариантов решения, порождают комплекс моральных дилемм, поджидающих деловых людей на каждом шагу в процессе их деятельности и общения.

**Список использованной литературы**

1. Берн Э. Игры, в которые играют люди. Люди, которые играют в игры: Пер. с англ. - М., 1988.

2. Вудкок М., Френсис Д. Раскрепощенный менеджер. Для руководителя практика: Пер. с англ. - М., 1991.

3. Головаха Е.И., Панина Н. В. Психология человеческого взаимопонимания.- 1989.

4. Дружинина Г.А., Чайка Г. Л. Пути формирования профессиональных качеств лектора. Лекционная пропаганда: вопросы теории, организации и методики. - К., 1989.

5. Карнеги Д. Как завоевывать друзей и оказывать влияние на людей: Пер. с англ. - М., 1989.

6. Конева Е.В. Психология общения: Учеб. пособие. - Ярославль, 1992.

7. Лабунская В.А. Невербальное поведение. - Ростов, 1986.

8. Ниренберг Д., Калеро Г. Как читать человека словно книгу: Пер. с англ. - М., 1988.

9. Леонтьев А.А. Психология общения. - М., 1997.

10. Психология и этика делового общения / Под ред. В. Н. Лавриненко. - М., 1997.

11. Щёкин Г.В. Практическая психология менеджмента. Как делать карьеру. Как строить организацию.— К., 1994.