Федеральное агентство по образованию ГОУ СПО

Курсовая работа

По дисциплине: «Управленческая психология»

На тему: «Деловое общение менеджера»

Тест

Приятно ли с вами общаться?

Инструкция: Ответьте, пожалуйста, «да» или «нет» на следующие вопросы.

1. Вы больше любите слушать, чем говорить?

2. Вы всегда можете найти тему для разговора даже с незнакомым человеком?

3. Вы всегда внимательно слушаете собеседника?

4. Любите ли вы давать советы?

5. Если тема разговора вам неинтересна, станете ли вы показывать это собеседнику?

6. Раздражаетесь, когда вас не слушают?

7. У вас есть собственное мнение по любому вопросу?

8. Если тема разговора вам не знакома, станете ли ее развивать?

9. Вы любите быть в центре внимания?

10. Если ли хотя бы три предмета, по которым вы обладаете достаточными знаниями?

11. Вы хороший оратор?

Обработка результатов

За каждый ответ «да» на вопросы 1, 2, 3, 6, 7, 8, 9, 10, 11 начисляйте по 1 баллу и подсчитайте сумму баллов.

От 1 до 3 баллов – трудно сказать: то ли вы молчун, из которого не вытянешь ни слова, то ли очень общительны. Однако общаться с вами не всегда просто, а порой даже трудно. Следует над этим задуматься.

От 4 до 8 баллов – вы, может быть, и не слишком общительный человек, но почти всегда внимательный и приятный собеседник. Вы можете быть и весьма рассеянным, когда не в духе, но не требуете от окружающих в такие минуты особого внимания к вашей персоне.

От 9 баллов – вы, наверное, одни из самых приятных в общении людей. Вряд ли друзья могут без вас обойтись. Это прекрасно. Возникает только один вопрос: не приходится ли вам много играть, как на сцене?

План

1. Деловое общение, его виды и формы

2. Деловая беседа, как основная форма делового общения

3. Вопросы собеседников и их психологическая сущность

4. Парирование замечаний собеседников

5. Психологические приемы влияния на партнера

Выводы и предложения

Список литературы

1. Деловое общение, его виды и формы

Искусство общения, знание психологических особенностей и применение психологических методов крайне необходимы специалистам, работа которых предполагает постоянные контакты типа "человек-человек" – политикам, бизнесменам, менеджерам и многим другим. Таким образом, умение строить отношения с людьми, находить подход к ним, расположить их к себе нужно каждому. Это умение лежит в основе жизненного и профессионального успеха. Необаятельный, угрюмый человек будет испытывать затруднения в общении с коллегами, ему сложно будет устанавливать контакты с деловыми партнерами, добиваться успехов на переговорах. Залог успеха любых начинаний делового человека, какую бы задачу он ни решал, - создание климата делового сотрудничества, доверия и уважения.

Общение с людьми – это наука и искусство. Здесь важны и природные способности, и образование. Именно поэтому тот, кто хочет достичь успеха во взаимодействии с другими людьми, должен учиться этому. В зарубежных странах учебных заведениях проблеме общения уделяется огромное внимание. В обучающие программы обязательно включаются этика и психология делового общения, большим успехом пользуются социально-психологические тренинги по общению, издаются многочисленные пособия, способствующие освоению и применению психологических приемов делового общения.

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.

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.

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 реализуется в различных формах:

- деловая беседа;

- деловые переговоры;

- деловые совещания;

- публичные выступления.

Далее я буду рассматривать психологические особенности непосредственных участников делового общения, их умение и возможность влиять на партнера, способность добиваться эффективных результатов.

Вывод: В этом пункте плана я рассмотрела понятие делового общения и поняла, что умение общаться, знание психологических особенностей и применение психологических методов крайне необходимо специалистам, политикам, бизнесменам, менеджерам и многим другим. Умение строить отношения с людьми, находить подход к ним, расположить их к себе нужно каждому. Это умение лежит в основе жизненного и профессионального успеха.

2. Деловая беседа как основная форма делового общения

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.

Понятие "деловая беседа" весьма широко и достаточно неопределенно: это и просто деловой разговор заинтересованных лиц, и устный контакт между партнерами, связанными деловыми отношениями.

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.

К их числу относятся:

- 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 решения;

- завершение беседы.

Максимальную трудность представляет для собеседников начало беседы. Партнеры очень хорошо знают суть предмета, цель, которую они преследуют в данном общении, четко представляют результаты, которые они хотят получить. Но практически всегда появляется «внутренний тормоз», когда речь идет о начале беседы. Как начинать? С чего начинать? Какие фразы более всего подходят? Некоторые партнеры допускают ошибку, игнорируя этот этап, переходят сразу к сути проблемы. Можно, образно говоря, сказать, что они переходят к началу поражения.

Образно говоря, этот процесс можно сравнить с настройкой инструментов перед концертом. В любом случае на этом этапе беседы нужно выработать правильное и корректное отношение к собеседнику. Ведь начало беседы — это своеобразный мостик между нами и собеседником.

На первой фазе беседы ставятся следующие задачи:

- установить контакт с собеседником;

- создать благоприятную атмосферу для беседы;

- привлечь внимание к теме разговора;

- пробудить интерес собеседника.

Как ни странно, многие беседы заканчиваются, так и не успев начаться, особенно если собеседники находятся на разных социальных уровнях (по положению, образованию и т.д.). Причина заключается в том, что первые фразы беседы оказываются слишком незначительными. Следует иметь в виду, что именно несколько первых предложений часто решающим образом воздействуют на собеседника, т.е. на его решение выслушать нас или нет. Собеседники обычно более внимательно слушают именно начало разговора — часто из любопытства или ожидания чего-то нового. Именно первые два-три предложения создают внутреннее отношение собеседника к нам и к беседе, по первым фразам у собеседника складывается впечатление о нас.

Ниже приведены несколько типичных примеров так называемого самоубийственного начала беседы.

Так, следует всегда избегать извинений, проявления признаков неуверенности. Негативные примеры: "Извините, если я помешал..."; "Я бы хотел еще раз услышать..."; "Пожалуйста, если у вас есть время меня выслушать... ".

Нужно избегать любых проявлений неуважения и пренебрежения к собеседнику, о которых говорят следующие фразы: "Давайте с вами быстренько рассмотрим... "; "Я как раз случайно проходил мимо и заскочил к вам... "; "А у меня на этот счет другое мнение... ".

Не следует своими первыми вопросами вынуждать собеседника подыскивать контраргументы и занимать оборонительную позицию. Хотя это логичная и совершенно нормальная реакция, в то же время с точки зрения психологии это промах.

Существует множество способов начать беседу, но практика выработала ряд "правильных дебютов". Вот некоторые из них.

1. Метод снятия напряженности позволяет установить тесный контакт с собеседником. Достаточно сказать несколько теплых слов — и вы этого легко добьетесь. Нужно только задаться вопросом: как бы хотели чувствовать себя в вашем обществе собеседники? Шутка, которая вызовет улыбку или смех присутствующих, также во многом способствует разрядке первоначальной напряженности и созданию дружеской обстановки для беседы.

2. Метод "зацепки" позволяет кратко изложить ситуацию или проблему, увязав ее с содержанием беседы. В этих целях можно с успехом использовать какое-то небольшое событие, сравнение, личные впечатления, анекдотичный случай или необычный вопрос.

3. Метод прямого подхода означает непосредственный переход к делу, без какого бы то ни было вступления. Схематично это выглядит следующим образом: мы вкратце сообщаем причины, по которым была назначена беседа, быстро переходим от общих вопросов к частному и приступаем к теме беседы. Этот прием является "холодным" и рациональным, он имеет прямой характер и больше всего подходит для кратковременных и не слишком важных деловых контактов.

Очень важно помнить о нашем личном подходе к беседе. Основное правило заключается в том, что беседа должна начинаться с так называемого "вы-подхода". "Вы-подход" — это умение человека, ведущего беседу, поставить себя на место собеседника, чтобы лучше его понять. Зададим себе следующие вопросы: "Что бы нас интересовало, будь мы на месте нашего собеседника?"; "Как бы мы реагировали на его месте?". Это уже первые шаги в направлении "вы-подхода". Мы даем собеседнику почувствовать, что мы его уважаем и ценим как специалиста.

Вывод: Рассмотрев данный раздел, я сделала выводы о том, что при всем многообразии форм делового общения деловая беседа является наиболее распространенной и чаще всего применяемой. Максимальную трудность представляет для собеседников начало беседы. Именно первые два-три предложения создают внутреннее отношение собеседника к нам и к беседе, по первым фразам у собеседника складывается впечатление о нас. Таким образом, одна из главных задач деловой беседы — убедить партнера принять конкретные предложения.

3. Вопросы собеседников и их психологическая сущность

Информация не поступает к нам сама по себе, для ее получения необходимо задавать вопросы. Не следует бояться вопросов собеседников, так как они позволяют активизировать участников беседы и направить процесс передачи информации в необходимое русло. Вопросы предоставляют собеседнику возможность, проявить себя, показать, что он знает. Нельзя забывать, что большинство людей по многим причинам неохотно отвечают на прямые вопросы. Именно поэтому следует сначала заинтересовать собеседника.

Существуют пять основных групп вопросов.

1. Закрытые вопросы. Это вопросы, на которые ожидается ответ "да" или "нет". Они способствуют созданию напряженной атмосферы в беседе, поэтому такие вопросы нужно применять со строго определенной целью. При постановке подобных вопросов у собеседника складывается впечатление, будто его допрашивают. Следовательно, закрытые вопросы нужно задавать не тогда, когда нам нужно получить информацию, а только в тех случаях, когда мы хотим быстрее получить согласие или подтверждение ранее достигнутой договоренности.

2. Открытые вопросы. Это вопросы, на которые нельзя ответить "да" или "нет", они требуют какого-то пояснения. Это так называемые вопросы "что?", "кто?", "как?", "сколько?", "почему?". В каких случаях задают такие вопросы? Когда нам нужны дополнительные сведения или когда мы хотим выяснить мотивы и позицию собеседников. Основанием для таких вопросов является позитивная или нейтральная позиция собеседника по отношению к нам. В этой ситуации мы можем потерять инициативу, а также последовательность развития темы, так как беседа может повернуть в русло интересов и проблем собеседника. Опасность состоит также в том, что можно вообще потерять контроль за ходом беседы.

3. Риторические вопросы. На эти вопросы не дается прямого ответа, так как их цель — вызвать новые вопросы и указать на нерешенные проблемы. С какой целью задаются такие вопросы? Задавая риторический вопрос, говорящий надеется "включить" мышление собеседника и направить его в нужное русло.

4. Переломные вопросы. Они удерживают беседу в строго установленном направлении или же поднимают целый комплекс новых проблем. Подобные вопросы задаются в тех случаях, когда мы уже получили достаточно информации по одной проблеме и хотим "переключиться" на другую. Опасность в этих ситуациях заключается в нарушении равновесия между нами и нашими собеседниками.

5. Вопросы для обдумывания. Они вынуждают собеседника размышлять, тщательно обдумывать и комментировать то, что было сказано. Цель этих вопросов — создать атмосферу взаимопонимания.

Вывод: Данный пункт плана говорит нам, что не следует бояться вопросов собеседников, так как они позволяют активизировать участников беседы и направить процесс передачи информации в необходимое русло. Для уяснения проблемы целесообразно задавать вопросы открытого типа: что? где? когда? как? зачем? - на которые невозможно ответить "да" или "нет", а требуется развернутый ответ с изложением необходимых деталей. Если возникает необходимость конкретизировать беседу и сузить тему обсуждения, то задают вопросы закрытого типа: должен ли? был ли? имеется ли? будет ли? Такие вопросы предполагают односложный ответ. Вопросы предоставляют собеседнику возможность, проявить себя, показать, что он знает.

4. Парирование замечаний собеседников

Замечания собеседника означают, что он вас активно слушает, следит за вашим выступлением, тщательно проверяет вашу аргументацию и все обдумывает. Считают, что собеседник без замечаний — это человек без собственного мнения. Именно поэтому замечания и доводы собеседника не следует рассматривать как препятствия в ходе беседы. Они облегчают беседу, так как дают нам возможность понять, в чем еще нужно убедить собеседника и что вообще он думает о сущности дела. Существуют следующие виды замечаний:

- невысказанные замечания;

- предубеждения;

- ироничные замечания;

- замечания с целью получения информации;

- замечания с целью проявить себя;

- субъективные замечания;

- объективные замечания;

- замечания с целью сопротивления.

Рассмотрим их подробнее. Нас будет интересовать, каковы причины таких замечаний, как к ним нужно относиться и как на них реагировать.

Невысказанные замечания. Это такие замечания, которые собеседник не успевает, не хочет или не смеет высказать, поэтому мы сами должны их выявить и нейтрализовать.

Предубеждения. Они относятся к причинам, вызывающим неприятные замечания, особенно в тех случаях, когда точка зрения собеседника полностью ошибочна. Его позиция имеет под собой эмоциональную почву, и все логические аргументы здесь бесполезны. Мы видим, что собеседник пользуется агрессивной аргументацией, выдвигает особые требования и видит только негативные стороны беседы. Причиной таких замечаний является, скорее всего, неверный подход с вашей стороны, антипатия к вам, неприятные впечатления. В подобной ситуации вам необходимо выяснить мотивы и точку зрения собеседника, подойти к взаимопониманию.

Ироничные (язвительные) замечания. Такие замечания являются следствием плохого настроения собеседника, а иногда и его желания проверить вашу выдержку и терпение. Вы заметите, что замечания не имеют тесной связи с ходом беседы, носят вызывающий и даже оскорбительный характер.

Как поступить в подобной ситуации? Следует проверить, сделано ли замечание всерьез или носит характер вызова. В любом случае нельзя идти на поводу у собеседника. Ваша реакция может быть либо остроумной, либо не следует реагировать на подобные замечания.

Замечания с целью получения информации. Такие замечания являются доказательством заинтересованности вашего собеседника и имеющихся недостатков в передаче информации.

Скорее всего, причина состоит в том, что вашу аргументацию нельзя назвать ясной. Собеседник хочет получить дополнительную информацию или же он прослушал какие-то детали. Вы должны дать спокойный и уверенный ответ.

Замечания с целью проявить себя. Эти замечания можно объяснить стремлением собеседника высказать собственное мнение. Он хочет показать, что не поддался вашему влиянию и что в данном вопросе он максимально беспристрастен.

Замечания такого рода могут быть вызваны слишком сильной аргументацией с вашей стороны и, возможно, вашим самоуверенным тоном. В такой ситуации необходимо, чтобы ваш собеседник нашел подтверждение своим идеям и мнениям.

Субъективные замечания. Такие замечания характерны для определенной категории людей. Типичная формулировка таких собеседников: «Все это прекрасно, но мне это не подходит».

Причина таких замечаний в том, что информация малоубедительна, вы уделяете недостаточно внимания личности собеседника. Он не доверяет вашей информации и поэтому не ценит и приводимые факты. Как поступить в подобной ситуации? Следует поставить себя на место собеседника, принять во внимание его проблемы.

Объективные замечания. Это замечания, которые собеседник высказывает для того, чтобы развеять свои сомнения. Эти замечания искренни, без всяких уловок. Собеседник хочет получить ответ, чтобы выработать собственное мнение.

Причина таких замечаний заключается в том, что ваш собеседник имеет другой вариант решения проблемы и не согласен с вашим. Как себя вести в подобной ситуации? Следует не противоречить собеседнику в открытую, а довести до его сведения, что вы учитываете его взгляды, а потом объяснить ему, какое преимущество дает ваш вариант решения проблемы.

Замечания с целью сопротивления. Эти замечания, как правило, возникают в начале беседы, поэтому они не являются и не могут быть конкретными.

Причина их чаще всего заключается в том, что ваш собеседник не познакомился с вашими аргументами, а тема беседы четко не определена. Как поступить в подобной ситуации? Следует четко определить тему беседы, и если сопротивление увеличивается, то нужно пересмотреть тактику, а в крайнем случае изменить и тему беседы.

Теперь рассмотрим, как лучше высказывать замечания собеседнику.

Локализация. Тон ответа доложен быть спокойным и дружеским, даже если замечания носят язвительный или иронический характер. Раздражительный тон существенно затруднит задачу по убеждению вашего собеседника. Нетрадиционный подход, доброжелательность, ясные и убедительные интонации особенно важны при нейтрализации сложных замечаний и возражений.

Явное и грубое возражение. Никогда не следует возражать открыто и грубо, даже если собеседник ведет себя некорректно. Если вы будете противоречить, то только заведете беседу в тупик. Не следует употреблять следующие выражения: «В данном случае вы совершенно не правы!»; «Это не имеет под собой никакой почвы!» и т.д.

Уважение. К позиции и мнению собеседника следует относиться с уважением, даже если они ошибочны и для вас неприемлемы. Ничто так не затрудняет беседу, как пренебрежительное и высокомерное отношение к собеседнику.

Признание правоты. Если вы заметили, что замечания и возражения собеседника являются лишь стремлением подчеркнуть свой престиж, то тактично почаще признавать правоту собеседника. Например: «Это интересный подход к проблеме, который я, честно говоря, упустил из виду. Конечно же, после принятия решения мы его учтем!» После молчаливого согласия собеседника беседу следует продолжить по намеченному плану.

Сдержанность в личных оценках. Следует избегать личных оценок, например, таких: «Будь я на вашем месте…» и т.д. В первую очередь это относится к тем случаям, когда подобной оценки не требуется или когда собеседник не считает вас своим советчиком или признанным специалистом.

Лаконичность ответа. Чем более сжато, по-деловому, вы ответите на замечания, тем это будет более убедительно. В пространных ответах всегда сквозит неуверенность. Чем более многословен ответ, тем больше опасность быть непонятым вашим собеседником.

Контролирование реакций. При нейтрализации замечаний собеседника очень полезно проверить его реакцию. Легче всего это сделать с помощью промежуточных вопросов. Спокойно спросите собеседника, доволен ли он ответом.

Недопущение превосходства. Если вы будете успешно парировать каждое замечание собеседника, то у него вскоре сложится впечатление, что он сидит перед умудренным опытом профессионалом, против которого нет никаких шансов бороться. Именно поэтому не следует парировать каждое замечание собеседника, нужно показать, что и вам не чужды человеческие слабости. Особенно следует избегать немедленного ответа на каждое замечание, потому что вы этим косвенно недооцениваете собеседника: то, над чем он думал в течение многих дней, вы решаете за несколько секунд. Далее мы рассмотрим, когда следует отвечать на сделанные замечания?

Можно предложить следующие варианты:

- до того, как сделано замечание;

- сразу после того, как было сделано замечание;

- позднее;

- никогда.

До того, как сделано замечание. Если известно, что собеседник рано или поздно сделает замечание. То рекомендуется самим обратить на него внимание и заранее, не дожидаясь реакции собеседника, ответить на него. В этом случае у вас появятся следующие преимущества:

отсутствие противоречий с собеседником и тем самым снижение степени риска поссориться в беседе;

возможность самому выбрать формулировку замечаний оппонента и тем самым снизить его смысловую нагрузку;

возможность выбрать наиболее подходящий момент для ответа и тем самым обеспечить себе время для его обдумывания;

укрепление доверия между вами и собеседником (так как он увидит, что вы не собираетесь обвести его вокруг пальца, а, наоборот, ясно излагаете все аргументы "за" и "против").

Сразу после того, как было сделано замечание. Это наиболее удачный вариант ответа и его следует использовать во всех нормальных ситуациях.

Позднее. Если нет желания прямо противоречить собеседнику, то ответ на его замечание лучше отложить до более удобного с тактической и психологической точки зрения момента. Часто бывает, что за счет отсрочки может вообще исчезнуть необходимость отвечать на замечание: ответ возникнет сам по себе после определенного времени.

Никогда. Враждебные замечания, а также замечания, которые представляют собой существенную помеху, следует по возможности полностью игнорировать. Отводы замечаний и возражений собеседника всегда чреваты различного рода конфликтами, поэтому в этих случаях нужна максимальная тактичность и деликатность. Существуют правила хорошего тона, которые применяются при отводе возражений и помогают с наименьшими психологическими затратами решать возникающие проблемы.

Рассмотрим эти правила.

Собеседник не всегда прав, но часто нам выгодно признать его правоту, особенно в мелочах. Замечания и возражения — естественные явления в любой беседе, поэтому не следует чувствовать себя обвиняемым, который должен защищаться.

В момент высказывания замечания собеседник редко остается спокойным. Ожидая вашу реакцию, он становится очень чувствительным к любому знаку вашего недоверия или невнимания. В таких ситуациях вы должны полностью контролировать свое поведение.

Замечания, причиной которых является комплекс неполноценности, переживаемый вашим собеседником, требуют особого внимания и большой осторожности, так как в случаях оскорбления его как личности дело может дойти до скандала.

Можно привести собеседника в хорошее расположение духа, идя на некоторые уступки, но нужно определять границы уступок, прежде чем на них решиться. Любое несогласие с замечаниями нужно исчерпывающе разъяснить, так как корректное опровержение замечания может увеличить ваши шансы на успех. При эмоциональной реакции собеседника следует знать, что с возбужденным и взволнованным человеком вряд ли можно разговаривать по-деловому.

Собеседник всегда должен чувствовать, что вы относитесь к его замечаниям серьезно и тщательно их рассмотрите, прежде чем дадите окончательный ответ. Следует помочь собеседнику высказать свои замечания и возражения, попытаться выяснить причины его невысказанного неудовольствия или волнения.

Вывод: В данном разделе я рассмотрела основные виды замечаний и привела возможные варианты того, какой может быть реакция на них. Замечания, причиной которых является комплекс неполноценности, переживаемый вашим собеседником, требуют особого внимания и большой осторожности, так как в случаях оскорбления его как личности дело может дойти до скандала. Естественно, предусмотреть все варианты невозможно, так как реальные обстоятельства всегда вносят определенные коррективы.

5. Психологические приемы влияния на партнера

Деловое общение требует от человека высокой психологической культуры, а также постоянного изучения и учета эмоциональной стороны деловых отношений. Тот, кто считает, что понятие "чувства" неприменимо к работе, способен вызвать многочисленные и дорого обходящиеся конфликты. Многие встречались со штампами: "поговорим по-деловому", "оставим в стороне наши чувства", "наша работа — это только дело, и никаких эмоций" и т.д.

Возможно ли это? Разве чувства — не часть нас самих, разве они не влияют на наши решения, нашу работу, нашу жизнь? Разум и эмоции — неразрывные составляющие человека. Все попытки отделить чувства, подавить их или даже запретить бесперспективы и, в конечном, счете, вредны. Чувства, подавленные и скрытые, не исчезают, они воздействуют изнутри и часто проявляются в еще более острых формах. Известно, что эмоциональное в человеке многократно перевешивает рациональное в нем. Это знание способно приносить весомую дань тому, кто будет разумно воздействовать на это "слабое" место человека.

Спросите себя: какого собеседника вам легче убедить в своей правоте — того, кто относится к вам с искренней симпатией, или того, кто относится к вам с явной антипатией? Ответ очевиден. При прочих равных условиях люди легче принимают позицию того человека, к которому испытывают эмоционально-позитивное отношение и, наоборот, труднее принимают (и нередко отвергают) позицию того человека, к которому испытывают эмоционально-негативное отношение.

Однако как управлять этим фактором, каковы приемы его использования в практике делового общения? Существует категория людей, которые умеют располагать к себе других индивидов, практически сразу завоевывать их доверие, вызывать к себе чувство симпатии, т.е. формировать аттракцию (от лат. аttrahеrе — привлечение, притяжение). Анализ поступков таких людей показывает, что в процессе общения они используют психологические приемы формирования аттракции, приемы, которые, как правило, скрыты от собеседника. Но если эти приемы существуют, значит им можно обучить тех, кому это необходимо.

Всегда ли мы осознаем, почему нас тянет к определенному человеку или что нас от него отталкивает? Как можно объяснить выражения типа «что-то в нем располагает» и «чем-то он неприятен».

Во время общения с партнером на наши органы чувств поступает огромное количество сигналов. Но не все они осознаются. Например, вы беседуете с человеком, но не можете, закрыв глаза, назватьцвет его галстука. Сигнал, который воздействовал на наши органы чувств, но не зафиксирован, может и исчезнуть для вас бесследно, а может и не исчезнуть. Все зависит от того, насколько этот сигнал значим для данной личности, несет ли он в себе достаточный, эмоциональный заряд для нее. Минуя сознание, эмоционально значимый сигнал остается в сфере бессознательного и оттуда оказывает свое влияние, которое проявляется в виде эмоционального отношения.

Что же произойдет, если в процессе общения послать партнеру сигналы таким образом, чтобы, во-первых, сигнал имел для партнера достаточное, эмоциональное значение, во-вторых, чтобы это значение было для него позитивным, а в-третьих, чтобы партнер не осознавал этот сигнал? Возникает такой эффект: партнер по общению будет утверждать, что "чем-то это общение было приятным", "что-то в нем есть располагающее". Если же делать это с данным партнером не один раз, то у него будет вырабатываться достаточно стойкое эмоционально-позитивное отношение. Расположив, таким образом, к себе человека, т.е. сформировав аттракцию, вы теперь с большей вероятностью добьетесь принятия им вашей позиции, его внутреннего согласия с ней.

С помощью этих приемов нельзя никого и ни в чем убедить и ничего никому доказать, а можно лишь расположить к себе собеседника. Много это или мало для повышения эффективности вашего делового общения — пусть каждый из вас решит сам. Какие же это приемы?

Прием "имя собственное". Он основан на произнесении вслух имени (или имени-отчества) человека, с которым вы разговариваете. И это не только вежливость. Звук собственного имени вызывает у человека не всегда осознаваемое им чувство приятного. Д. Карнеги писал, что звучание собственного имени для человека — самая приятная мелодия. Каков же психологический прием возникновения приятного ощущения, когда человек слышит обращенное к нему его собственное имя?

Вот его составляющие.

1. Имя, присвоенное данной личности, сопровождает его от первых дней жизни и до последних. Имя и личность неразделимы.

2. Когда к человеку обращаются, не называя его по имени — это "обезличенное" обращение. В этом случае, говорящего интересует человек не как личность, а лишь как носитель определенных служебных функций. Когда же к человеку обращаются и при этом произносят его имя (а имя — символ личности), таким образом, вольно или невольно, показывают внимание к его личности.

3. Каждый человек претендует на то, что он личность. Когда же эти претензии не удовлетворены, когда кто-то ущемляет нас как личность, мы это чувствуем.

4. Если человек получает подтверждение, что он личность, то это не может не вызвать у него чувства удовлетворения.

5. Чувство удовлетворения всегда сопровождается положительными эмоциями, которые необязательно осознаются человеком.

6. Человек всегда стремится к тому, кто (что) вызывает у него положительные эмоции.

7. Если некто вызывает у нас положительные эмоции, то он невольно притягивает к себе, располагает, т.е. формирует аттракцию.

Попробуйте, например, встречаясь утром со своими коллегами или подчиненными и приветствуя их, прибавить к фразе "доброе утро" (психологически более приятной, чем слово "здравствуйте") имя-отчество каждого из них, и вы вызовете к себе пусть не ярко выраженные, не осознаваемые, но положительные эмоции. Беседуя с человеком, время от времени обращайтесь к нему по имени-отчеству. Необходимо использовать этот-прием не от случая к случаю, а постоянно, располагая к себе собеседника заранее, а не тогда, когда вам от него что-то нужно. Старайтесь сразу запомнить имя-отчество человека, с которым вы беседуете впервые. Это вызовет у вашего собеседника положительные эмоции, которые вернутся к вам же. Некоторым трудно запоминать имена других людей. Для того чтобы лучше запомнить имя, найдите повод, чтобы тотчас произнести его вслух. Быстро переберите в памяти имена знакомых (и великих людей) для установления ассоциативных связей. Конечно, бывают ситуации, когда нужно запомнить большое количество имен. Тогда нужно специально выделить некоторое время и постараться сделать это. Затраченное время окупится сторицей.

Прием "зеркало отношения". Кому вы чаще по-доброму и приятно улыбаетесь — своему другу или недоброжелателю? Конечно, другу. А кто вам чаще по-доброму приветливо улыбается? Естественно, друг. Ваш личный опыт говорит о том, что доброе и приятное выражение лица, легкая улыбка невольно притягивают к вам людей.

Каков психологический механизм этого притяжения?

1. Большинство людей искренне и по-доброму улыбаются своим друзьям, а не врагам.

2. Если при общении с нами у человека доброе и приятное выражение лица, мягкая приветливая улыбка, то, скорее всего, это сигнал:

"Я — ваш друг".

3. Друг в прямом смысле этого слова — это единомышленник в каких-то значимых для нас вопросах.

4. Одной из ведущих потребностей человека является потребность в безопасности, в защищенности. Именно друг повышает эту защищенность, т.е. удовлетворяет одну из наших важнейших потребностей.

5. Положительные эмоции вызывают у человека чувство удовлетворения.

6. Человек всегда стремится к тому, кто (что) вызывает у него положительные эмоции.

7. Если некто вызывает положительные эмоции, то он вольно или невольно формирует аттракцию.

Следует заметить, что эффект указанного механизма не зависит от того, желает или не желает ваш партнер иметь эти положительные эмоции. Важно то, кто будет использовать этот прием.

Умеете ли вы улыбаться тогда, когда это необходимо? Подобная необходимость возникает в том случае, когда у собеседника нужно вызвать положительные эмоции, расположить его к себе. Это необходимо для того, чтобы он принял вашу позицию, чтобы выполнял ваше распоряжение или просьбу не под давлением, а добровольно. И все это необходимо... всегда. В нашем контексте легкая улыбка — это и приветственная улыбка, и сочувственная, и ободряющая, и сопереживательная. Если вам трудно улыбаться "по заказу", то можно для начала порекомендовать следующее: оставшись наедине с самим собой, улыбнитесь тому, кто смотрит на вас из зеркала.

В лексиконе руководителей слова, приятные для подчиненных, которые отмечают их достоинства (возможно, в несколько преувеличенном виде), встречаются редко. Чем это объясняется?

Комплименты — это слова, содержащие небольшое преувеличение достоинств, которые желает видеть в себе собеседник. В этом смысле и рассмотрим комплимент как один из приемов формирования аттракции в деловых отношениях.

Разумеется, каждому из нас приятно слышать комплименты в свой адрес. При этом мы осознаем, что сказанное — пусть и небольшое, но все же преувеличение. Так почему нам все же приятно слышать такие слова?

Если человеку часто повторять: "Вы же умница" или "Вы же великолепно с этим справляетесь", хотя на самом деле это не совсем так, то через некоторое время он действительно поверит в свои способности и будет стремиться реализовать имеющийся потенциал.

В эффекте внушения происходит как бы заочное удовлетворение мечты, желания, потребности человека в совершенствовании какой-то своей черты. Фактически потребность при этом не будет полностью удовлетворяться, но реальным будет ощущение ее удовлетворения, появление на этой почве положительных эмоций.

Существуют правила применения "золотых слов". Не зная или нарушая их, можно против своего желания превратить "золотые слова" в банальности (в лучшем случае).

Комплимент отличается от лести именно тем, что содержит небольшое преувеличение. Льстец сильно преувеличивает достоинства собеседника.

Например, сравните: "Тебе очень идет этот цвет " (комплимент) и "Ты самая красивая" (лесть). Лесть грубее комплимента и чаще может быть отвергнута из-за неправдоподобности. Но есть люди, которым лесть нравится.

В деловом общении преимущество принадлежит комплименту. Нельзя отождествлять комплимент и похвалу. Похвала — это положительная оценка. Положительному восприятию комплимента способствует использование в нем фактов, известных обоим партнерам. Отсутствие фактической основы делает комплимент неубедительным и может свести высказывание до уровня банальной лести.

Если существуют сомнения, поймет ли собеседник, о каком факте идет речь, то лучше не рисковать и прежде напомнить о нем, а затем уж обыграть его.

Недопустимо, если комплимент противоречит фактам. Например, сотрудница не спала ночь, мучаясь от зубной боли, а ей скажут, что она прекрасно выглядит. Эти слова будут восприняты как насмешка. Комплимент должен быть кратким, содержать одну-две мысли, не должен содержать поучений. Необходимо избегать двусмысленных оборотов. Комплименты нужно говорить как можно чаще. Именно практикой достигается легкость и непринужденность в комплименте, что делает его естественным и неотразимым. Комплимент начинается с желания его сказать. Найдите, что вам лично нравится в собеседнике, что бы вы хотели позаимствовать у него.

Люди принимают комплименты благосклонно, так как каждому приятно уже одно то, что ему хотят сказать что-то хорошее. Именно поэтому они легко прощают возможные промахи. Поскольку мужчины не избалованы комплиментами, они и менее требовательны к их качеству. Именно поэтому лучше учиться делать комплименты на мужчинах.

Когда комплимент понравился, лицо человека озаряется улыбкой. Хорошее настроение вместе с улыбкой передается собеседнику. Именно поэтому комплименты приносят пользу всем участникам общения.

Как же сделать комплимент комплиментом?

Существуют несколько правил.

1. "Один смысл". Комплимент должен отражать только позитивные качества человека. В комплименте следует избегать двойного смысла, когда, например, данное качество у человека можно считать и позитивным, и негативным.

Например: "Слушая ваши беседы с людьми, я каждый раз удивляюсь вашей способности так тонко и остроумно уходить от ответа!" Здесь явно нарушено это правило, условно названное "один смысл".

2. "Без гипербол". Отражаемое в комплименте позитивное качество должно иметь небольшое преувеличение.

Например: "Я всегда поражаюсь вашей аккуратности и пунктуальности ", — сказал руководитель, принимая отчет от подчиненного. Того эти слова не просто удивили, а изумили. Во-первых, за ним ходит слава прямо противоположного свойства, а во-вторых, сейчас даже повода не было для этих слов, не то что причины.

3. "Высокое мнение". Важным фактором в результативности этого приема является собственное мнение человека об, уровне отраженных в комплименте качеств. Предположим, человек твердо знает, что уровень этого качества у него значительно выше, чем сказано в комплименте.

Например, человек, у которого действительно феноменальная память (и это мнение прочно укрепилось у него в сознании), вдруг слышит в свой адрес такие слова: "Я поражаюсь тому, как вы сразу запомнили номер телефона! У вас блестящая память!" Или врач слышит: "Можно только поразиться вашему мастерству! Как вы быстро поставили ему диагноз аппендицита!" И в первом, и во втором случае — это не комплименты, а банальности. Последствия могут быть негативными, так как нарушено правило, условно названное "высокое мнение ".

4. "Без дидактики". Это правило заключается в том, что комплимент должен констатировать наличие данной характеристики, а не содержать рекомендации по ее улучшению.

Вот некоторые образцы таких "комплиментов ": "Тебе следует быть активнее!"; "Твердость убеждений украшает мужчину! Умей отстаивать свои позиции!". Здесь явно нарушено правило, условно названное "без дидактики".

5. "Без претензий". Сотрудник вовсе не стремится к совершенствованию данного своего качества. Более того, считает, что было бы плохо, если бы оно — это позитивное качество — было выражено у него сильнее, чем сейчас.

Например, один из ваших подчиненных, который тоже является руководителем, считает, что способность к комплиментам — вовсе не достоинство настоящего организатора производства. И если вы, будучи убежденным в обратном, попытаетесь сделать ему комплимент типа: "Я слышал, что вы блестяще умеете делать комплименты!", то он, пожалуй, обидится.

6. "Без приправ". Последнее правило касается не самого содержания комплимента, а тех дополнений, которые нередко следуют за ним.

Например: "Руки у тебя действительно золотые. А вот язык твой — враг твой". Или: "Мне очень импонирует ваша способность располагать людей к себе. Только бы эту способность — да в интересах дела..." Следовательно, делая комплимент, удержитесь от ложки дегтя, т.е. подобных дополнений. Следуйте правилу, условно названному "без приправ".

Конечно, сразу запомнить все эти правила трудно, но если вы используете ассоциативные связи, то сделать это будет значительно легче.

Прием "терпеливый слушатель". Все мы с детства помним привычные правила, что нельзя перебивать собеседника, необходимо дослушивать его до конца, быть внимательным к нему. Никто и не утверждает, что эти правила нужно игнорировать.

"Но" начинается тогда, когда за соблюдение этих правил приходится "платить", причем единицей расчета является время. Вот тогда и проявляется истинное отношение к данным ценностям.

Для того чтобы терпеливо и внимательно выслушивать собеседника, нужно немалое время, ибо не каждый умеет сжато и четко излагать свои мысли. Кроме того, нам приходится выслушивать высказывания, которые не относятся к делу. Если вы все-таки выслушаете подчиненного, то он удовлетворит свои потребности, получит положительные эмоции, связав это помимо своей воли с вами. Поскольку источником этих положительных эмоций явились именно вы, то они и будут вам "возвращены" в виде небольшого усиления симпатии к вам, т.е. в виде возникшей или усиливающейся аттракции. Прием "личная жизнь". У каждого человека наряду со служебными интересами имеются и личные интересы, увлечения и личная жизнь. В эмпирических наблюдениях было замечено, что если с человеком повести разговор в русле его выраженного личного интереса, то это вызовет у него повышенную вербальную активность, сопровождаемую положительными эмоциями.

Время от времени беседуйте со своими подчиненными по вопросам, значимым для них в их личной жизни, проявляйте интерес к их чувствам и переживаниям. К примеру, одна из сотрудниц увлечена выращиванием кактусов и часто говорит о них. Всем это уже порядком наскучило. Наберитесь терпения, поговорите с ней о них хотя бы в течение нескольких минут.

Кто в этой ситуации проиграл? Несколько минут потерянного времени на выслушивание ненужной информации — это на одной чаше весов, а на другой — ваш единомышленник-подчиненный.

Заканчивая описание приемов, с помощью которых можно расположить к себе человека, следует сделать несколько общих рекомендаций.

1. Использование этих приемов на практике можно сравнить с лотереей в том плане, что чем чаще вы их будете применять, тем больше шансов выиграть (достичь цели). Применяя их в процессе общения с партнерами, вы имеете шанс выиграть (вы можете и не выиграть). Однако проиграть, применяя эти приемы, вы не можете, ибо используя их, вы ничего не теряете.

2. Знакомясь с этими приемами, вы не раз ловили себя на мысли, что раньше вы их иногда применяли. Но заметим следующее:

- вы применяли эти правила в отношениях личного плана;

- вы делали это интуитивно, не всегда осознавая, что используете

- психологический прием формирования аттракции;

- применяя эти приемы интуитивно, вы не подозревали, что воздействуете на сферу бессознательного, а не на сознание человека, на его рациональную мыслительную деятельность;

- многие делали это от случая к случаю, без определенной системы.

Запрещенные приемы во время деловой беседы

Ни в коем случае не следует:

- перебивать партнера;

- негативно оценивать его личность;

- подчеркивать разницу между собой и партнером;

- резко убыстрять темп беседы;

- избегать пространственной близости и не смотреть на партнера;

- пытаться обсуждать вопрос рационально, не обращая внимания на то, что партнер возбужден;

- не понимать или не желать понять его психологическое состояние.

Вывод: В этом пункте плана я рассмотрела различные психологические приемы влияния на партнера. Важнейшими приемами является легкая улыбка, которая невольно притягивает к вам людей, а так же похвала, комплименты. Разумеется, каждому из нас приятно слышать комплименты в свой адрес. Если человеку часто повторять: "Вы же умница" или "Вы же великолепно с этим справляетесь", хотя на самом деле это не совсем так, то через некоторое время он действительно поверит в свои способности, и будет стремиться реализовать имеющийся потенциал. С помощью всех этих приемов нельзя никого и ни в чем убедить и ничего никому доказать, а можно лишь расположить к себе собеседника.

Выводы и предложения

Подводя итоги курсовой работы надо заметить, что деловое общение играет важную роль в управлении любой организации.

Деловые разговоры со знанием дела, на уровне начальник-подчиненный и наоборот или между коллегами в течение рабочего времени приносит определенный положительный эффект в работе коллектива, в управлении. Вполне естественно, что общение только лишь с использованием специфической деловой терминологии в течение 100% рабочего дня может просто утомить работника и привести к какой-либо ошибке. Поэтому требуются определенные психологические разгрузочные паузы, как перерыв на кофе и т.д., во время которых можно расслабиться, обменяться шутками. Все это в комплекте принесет ожидаемый положительный результат в работе организации.

На первом этапе курсовой работы я рассмотрела понятие делового общения, его виды. Умение строить отношения с людьми, находить подход к ним, расположить их к себе нужно каждому. Это умение лежит в основе жизненного и профессионального успеха.

На втором этапе работы я выяснила, что деловая беседа является наиболее распространенной и чаще всего применяемой формой делового общения. И что максимальную трудность представляет для собеседников начало беседы. Именно первые два-три предложения создают внутреннее отношение собеседника к нам и к беседе, по первым фразам у собеседника складывается впечатление о нас. Таким образом, одна из главных задач деловой беседы — убедить партнера принять конкретные предложения.

На следующем этапе я выяснила, что информация не поступает к нам сама по себе, для ее получения необходимо задавать вопросы. Хотя, нельзя забывать, что большинство людей по многим причинам неохотно отвечают на прямые вопросы. Именно поэтому следует сначала заинтересовать собеседника.

Далее я рассмотрела основные виды замечаний и привела возможные варианты того, какой может быть реакция на них. Собеседник всегда должен чувствовать, что вы относитесь к его замечаниям серьезно и тщательно их рассмотрите, прежде чем дадите окончательный ответ. Следует помочь собеседнику высказать свои замечания и возражения, попытаться выяснить причины его невысказанного неудовольствия или волнения. Естественно, предусмотреть все варианты невозможно, так как реальные обстоятельства всегда вносят определенные коррективы.

На последнем этапе работы рассмотрела различные психологические приемы влияния на партнера, виды приемов и что с помощью всех этих приемов нельзя никого и не в чем убедить и ничего никому доказать, а можно лишь расположить к себе собеседника.

Делая выводы по данной теме, руководитель во время беседы должен хорошо знать суть предмета, цель, которую он преследует в данном общении, четко представлять результаты, которые он хочет получить. Вполне естественно, что общение только лишь с использованием специфической деловой терминологии в течение 100% рабочего дня может просто утомить работника и привести к какой-либо ошибке. Поэтому требуются определенные психологические разгрузочные паузы, как перерыв на кофе и т.д., во время которых можно расслабиться, обменяться шутками. Все это в комплекте принесет ожидаемый положительный результат в работе организации.

Список литературы

1. И. Алехина «Имидж и этикет делового общения» - М, 2001.

2. Е.Е. Бекетова. Тайны общения: сборник ситуативных задач-тестов по психологии делового общения.- М, 2001.

3. И. Браим «Культура делового общения» - Минск: ИП «Экоперспектива», 2000.

4. Т.Б. Маркичева, Е.А. Ножин «Деловое общение: практические рекомендации» - М, 1997.

5. Е.И. Рогов «Психология общения» - М, 2001.

6. Г.М. Шеламова «Деловая культура и психология общения» - М, 2004.