

Н. А. Коноплева

# ПСИХОЛОГИЯ ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ

Учебное пособие

*2-е издание, стереотипное*

*Рекомендовано Дальневосточным региональным  
учебно-методическим центром в качестве  
учебного пособия для студентов специальностей  
100202 (230500) «Социально-культурный сервис  
и туризм», 100110 (230600) «Домоведение»  
вузов региона*

Москва  
Издательство «ФЛИНТА»  
2013

УДК  
ББК 88.53я73  
К 64

*Главный редактор*  
**Д.И. Фельдштейн**  
*Заместитель главного редактора*  
**С.К. Бондырева**  
*Члены редакционной коллегии:*

А.Г. Асмолов, В.А. Болотов, В.П. Борисенков, А.А. Деркач, А.И. Донцов,  
И.В. Дубровина, М.И. Кондаков, В.Г. Костомаров, Н.Н. Малофеев,  
Н.Д. Никандров, В.А. Поляков, В.В. Рубцов, Э.В. Сайко

**Рецензенты:**

*Е.В. Кулебякин*, д-р филос. наук, проф., зав. каф. социологии и социальной психологии ДВГТРУ;

*Г.Г. Ермак*, канд. ист. наук, науч. сотр. отдела этнографии, этнологии и антропологии Института истории ДВО РАН

**Коноплева Н.А.**  
К 64 ПСИХОЛОГИЯ ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ  
[Электронный ресурс] : учеб. пособие / Н. А. Коноплева.  
— 2-е изд., стер. — М.: ФЛИНТА, 2013. — 408 с.

ISBN 978-5-9765-0118-8

Раскрываются основы деловой коммуникации, прослеживаются психологическое своеобразие различных типов людей, возможные способы общения между ними, их сильные и слабые стороны.

Пособие позволит будущим менеджерам, руководителям всех уровней, специалистам, работающим в сфере «человек–человек», быть успешными профессионалами.

УДК  
ББК 88.53я73

ISBN 978-5-9765-0118-8

© Издательство «ФЛИНТА», 2013

## ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение .....	5
Раздел I. ПРЕДМЕТ, ЗАДАЧИ, ХАРАКТЕРИСТИКА ПСИХОЛОГИИ ОБЩЕНИЯ. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПРЕДПОСЫЛКИ СТАНОВЛЕНИЯ ПСИХОЛОГИИ ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ .....	8
Тема 1. Истоки человеческого общения. Составные элементы процесса общения .....	8
Тема 2. Значение слушания в процессе делового общения .....	26
Тема 3. Модели поведения в общении и основные социальные установки в процессе коммуникации .....	33
Тема 4. Характеристика основных видов общения. ....	54
Тема 5. Факторы успешного общения .....	85
Тема 6. Психологические защиты и их влияние на модели поведения в общении .....	100
Раздел II. ДЕЛОВАЯ КОММУНИКАЦИЯ. ИСТОРИЯ И ХАРАКТЕРИСТИКА .....	129
Тема 1. История психологии и этики делового общения .....	129
Тема 2. Детерминация человеческого поведения в деловом общении .....	138
Тема 3. Характеристика делового общения, его виды .....	159
Тема 4. Ключевые характеристики организационной структуры, их влияние на деловое взаимодействие .....	168

Тема 5. Теории личности в современной психологии в контексте делового общения .....	218
<b>Раздел III. ТИПОЛОГИЯ ЛИЧНОСТИ И ДЕЛОВАЯ КОММУНИКАЦИЯ .....</b>	<b>237</b>
Тема 1. Характер как составляющая имиджа, его влияние на деловое взаимодействие .....	237
Тема 2. Типы лидеров и особенности их поведения в процессе общения .....	315
Тема 3. Типы отношений в соционике .....	340
Тема 4. Типология личности Дж. Олджэма и Л. Морриса .....	351
<b>ЗАКЛЮЧЕНИЕ .....</b>	<b>401</b>

## ВВЕДЕНИЕ

Курс «Психология делового общения» имеет решающее значение для подготовки успешных специалистов, работающих в сферах «человек—человек». Необходимость введения курса обусловлена тем, что до 70% управленческих решений принимаются руководителями в устной форме, в процессе делового общения. Характер делового взаимодействия оказывает решающее влияние на эффективность совместной деятельности, успешность деловых совещаний, переговоров, пресс-конференций и презентаций.

Особое место данного курса в профессиональной подготовке обусловлено тем, что овладение основами деловой коммуникации позволит специалистам эффективно взаимодействовать с деловыми партнерами, реализовывать комфортно-психологическое общение, стратегии и тактики, способствующие достижению сотрудничества и компромисса.

Знание психотипов деловых партнеров, клиентов, коллег, руководителей, особенностей их репрезентативных систем, умение составлять успешные в деловых контактах рабочие группы и коллективы, овладение приемами влияния на партнеров по деловому взаимодействию разовьют тот коммуникативный опыт, который позволит стать успешным профессионалом в различных сферах деятельности.

Кроме того, знания данной учебной дисциплины позволят исследовать имидж всех членов профессионального коллектива, выявить их личностные качества, с одной стороны, повышающие успешность фирмы, а с другой — затрудняющие профессиональный рост и негативно влияющие на имидж предприятия; помогут формированию привлекательного как личностного, так и группового имиджа.

Курс тесно связан и опирается на такие дисциплины, как социальная психология, профессиональная этика, социология, конфликтология, физиогномика, психодиагностика, имиджелогия.