

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
Раздел III. ТИПОЛОГИЯ ЛИЧНОСТИ И ДЕЛОВАЯ КОММУНИКАЦИЯ	237
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
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	401

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.

Данный курс преследует цель научить студентов пониманию человека в системе отношений с самим собой, другими людьми, с окружающим миром, особенностей построения деловых контактов и их влияния на эффективность совместной деятельности.

Учебный курс «Психология делового общения» направлен на изучение студентами психологического своеобразия различных типов людей, понимание того, как характер человека влияет на его поведение и стратегию отношений с другими людьми, рассмотрение имиджа различных психологических типов, изучение бессознательных проявлений человеческой психики.

Изучение дисциплины позволит будущим специалистам эффективно взаимодействовать в деловом мире, реализуя комфортное в психологическом плане общение, ориентированное на достижение сотрудничества, что в итоге приведет к успешности на профессиональном уровне.

Кроме того, знание дисциплины обеспечит будущему специалисту умение формировать успешный имидж как личности, так и коллектива, в котором он будет трудиться.

Изучение дисциплины предусматривает решение ряда образовательных задач:

- Научить студентов пониманию индивидуально-психических процессов, свойств и состояний, проявляющихся в общении вообще и деловом общении в частности, а также исследованию психологии рабочей группы в процессе ее формирования и жизнедеятельности.
- Овладеть методами психологической диагностики, приемами описания психологических состояний субъектов деятельности, отдельных членов коллектива, его руководителей.
- Освоить психодиагностические методики, направленные на выявление основных проявлений личности, детерминирующих их поведение в деловом общении.

Учебное пособие построено таким образом, что прежде всего рассматриваются факторы, влияющие на процесс общения, его основные виды, их характеристика, составные элементы. Изучаются вербальные и невербальные средства общения, прослеживается значение речи и слушания для делового общения, особенности их построения для эффективной коммуникации, факторы, способствующие и препятствующие успешному общению. Затем изучается предмет, объект, задачи, история психологии делового общения, виды делового общения, их функции и основные характеристики, факторы, детерминирующие поведение в деловом общении, психологические защиты, прослеживается их влияние на коммуникацию, изучаются основные теории личности, внесшие вклад в соционику. В дальнейшем подробно рассматривается теория личности К.Г. Юнга, изучается индикатор типов личности Майерс-Бригс, методика определения типа темперамента Д. Кейрси, а также типология личности Дж.М. Олдхэма и Луи Б. Морриса, выявленные ими психологические типы в контексте их поведения в деловом общении. Подробно изучается имидж ряда психологических типов с рассмотрением их поведения в деловом взаимодействии и особенностей общения с другими психосоциотипами.

Значительное внимание при изучении дисциплины направлено на освоение студентами психодиагностических методик, позволяющих не только исследовать имидж конкретного человека, но прежде всего понять особенности его делового взаимодействия, умения работать в группе, а также способствующих приобретению знаний по формированию успешных в деловом взаимодействии рабочих команд.