

60.8

Д43



ВЫСШАЯ ШКОЛА ЭКОНОМИКИ
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

Деловые коммуникации

Теория и практика

И. М. Дзялошинский, М. А. Пильгун

углубленный курс

УМО ВО
рекомендует

Учебник



БАКАЛАВР

Юрайт
ИЗДАТЕЛЬСТВО

biblio-online.ru

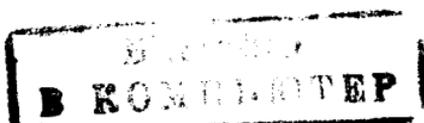


ВЫСШАЯ ШКОЛА ЭКОНОМИКИ
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

И. М. Дзялошинский, М. А. Пильгун

ДЕЛОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА

УЧЕБНИК ДЛЯ БАКАЛАВРОВ



Допущено Учебно-методическим отделом высшего образования в качестве учебника для студентов высших учебных заведений, обучающихся по экономическим направлениям и специальностям

Книга доступна в электронной библиотечной системе
biblio-online.ru

Москва ■ Юрайт ■ 2017

УДК 316.6
ББК 88.53я73
Д43

Авторы:

Дзялошинский Иосиф Мордкович — кандидат филологических наук, заведующий научно-учебной лабораторией исследований в области бизнес-коммуникаций Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики»;

Пильгун Мария Александровна — доктор филологических наук, профессор отделения интегрированных коммуникаций Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики», заместитель заведующего научно-учебной лабораторией исследований в области бизнес-коммуникаций.

Рецензенты:

Шерешева М. Ю. — профессор кафедры стратегического маркетинга факультета менеджмента, заведующая научно-учебной лабораторией сетевых форм организации Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики»;

Исупова Т. В. — кандидат филологических наук, Болонский университет, Италия.

Дзялошинский, И. М.

Д43

Деловые коммуникации. Теория и практика : учебник для бакалавров / И. М. Дзялошинский, М. А. Пильгун. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 433 с. — Серия : Бакалавр. Углубленный курс.

ISBN 978-5-9916-3044-3

Настоящий учебник предназначен для систематизации знаний по основам теории коммуникации, психологии делового общения с целью ориентации будущего специалиста в широком круге общих проблем коммуникации в современном обществе. В книге раскрываются основные тенденции современных технологий делового общения, выявляются факторы, влияющие на процесс взаимодействия, дается целостное представление о культуре общения, психологических особенностях партнеров, основных типах коммуникации, сущности и функциях деловой коммуникации, закладываются основы коммуникативной компетентности будущего специалиста в самых разных сферах профессиональной деятельности.

Соответствует Федеральному государственному образовательному стандарту высшего профессионального образования третьего поколения.

Для студентов, обучающихся по специальностям «Маркетинг», «Менеджмент», «Журналистика», «Связи с общественностью», «Политология», «Социология», а также читателей, интересующихся закономерностями эффективности деловых коммуникаций.

УДК 316.6
ББК 88.53я73



ISBN 978-5-9916-3044-3

© Дзялошинский И. М., Пильгун М. А., 2013
© ООО «Издательство Юрайт», 2017

Оглавление

Введение.....	5
---------------	---

Раздел I. ДЕЛОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ: СТРАТЕГИИ, РЕСУРСЫ, ТЕХНОЛОГИИ

Глава 1. Коммуникационные стратегии	10
1.1. Коммуникационная стратегия как единство целей, средств и технологий	10
1.2. Типы коммуникационных целей	16
1.3. Воздействие как стратегическая цель	20
1.4. Факторы эффективности воздействия	21
<i>Вопросы и задания для самоконтроля.....</i>	<i>49</i>
<i>Практические задания.....</i>	<i>49</i>
Глава 2. Ресурсы деловых коммуникаций.....	51
2.1. Вербальные ресурсы.....	51
2.2. Невербальные ресурсы.....	71
2.3. Среда как ресурс	75
2.4. Личностные ресурсы	86
2.5. Умение задавать вопросы и слушать как ресурс деловой коммуникации.....	89
<i>Вопросы и задания для самоконтроля.....</i>	<i>118</i>
<i>Практические задания.....</i>	<i>118</i>
Глава 3. Технологии коммуникационного воздействия... 123	123
3.1. Информационные технологии.....	124
3.2. Логико-диалогические технологии.....	147
3.3. Манипулятивные технологии.....	201
3.4. Суггестивные технологии	238
<i>Вопросы и задания для самоконтроля.....</i>	<i>273</i>
<i>Практические задания.....</i>	<i>274</i>

Раздел II. ФОРМАТЫ ДЕЛОВОЙ КОММУНИКАЦИИ

Глава 4. Публичное выступление	278
4.1. Общая характеристика публичного выступления.....	278

4.2. Композиция публичной речи.....	286
<i>Вопросы и задания для самоконтроля</i>	295
<i>Практические задания</i>	295
Глава 5. Деловая беседа.....	298
5.1. Общее представление о деловой беседе	298
5.2. Типологические модели участников деловой беседы	302
5.3. Как определить тип собеседника	317
5.4. Выбор стратегий общения.....	324
<i>Вопросы и задания для самоконтроля</i>	325
<i>Практические задания</i>	325
Глава 6. Деловое совещание.....	327
6.1. Подготовка совещания	328
<i>Вопросы и задания для самоконтроля</i>	344
<i>Практические задания</i>	345
Глава 7. Деловые переговоры.....	346
7.1. Теоретические аспекты деловых переговоров	346
7.2. Общая схема переговорного процесса	351
7.3. Стратегии ведения переговоров	355
7.4. Психологические факторы деловых переговоров.....	361
<i>Вопросы и задания для самоконтроля</i>	367
<i>Практические задания</i>	367
Глава 8. Письменные деловые коммуникации.....	374
8.1. Требования международного и государственного стандартов письменной деловой коммуникации.....	374
8.2. Формы письменных деловых коммуникаций.....	377
<i>Вопросы и задания для самоконтроля</i>	389
<i>Практические задания</i>	389
Глава 9. Организационные аспекты деловой коммуникации.....	391
9.1. Процедурные вопросы.....	391
9.2. Создание благоприятной обстановки	397
9.3. Обеспечение взаимопонимания участников коммуникации.....	415
<i>Вопросы и задания для самоконтроля</i>	424
<i>Практические задания</i>	425
Заключение	429
Список литературы.....	432