

Оглавление

Предисловие	6
Введение.....	7

Часть 1

ПСИХОЛОГИЯ ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ

Глава 1. Психологические особенности межличностных коммуникаций	14
1.1. Характеристика и содержание общения	15
1.2. Перцептивная сторона общения: как люди воспринимают друг друга.....	27
1.3. Коммуникативная сторона общения.....	34
1.3.1. Особенности понимания в процессе коммуникации	35
1.3.2. Психология поведения человека в процессе коммуникации	40
1.3.3. Принципы эффективного общения.....	54
<i>Вопросы и задания для самоконтроля.....</i>	<i>59</i>
Глава 2. Вербальная коммуникация: психологические характеристики речи	60
2.1. Основы устного общения	62
2.1.1. Виды речи	62
2.1.2. Речь как источник информации	73
2.2. Формы вербальной коммуникации	84
2.3. Культура речи.....	87
<i>Вопросы и задания для самоконтроля.....</i>	<i>89</i>
Глава 3. Невербальная коммуникация.....	90
3.1. Сходство и различие вербальной и невербальной коммуникации.....	90
3.2. Структура невербальной коммуникации.....	93
<i>Вопросы и задания для самоконтроля.....</i>	<i>103</i>
Глава 4. Формы деловой коммуникации.....	104
4.1. Деловые переговоры и деловая беседа	104
4.1.1. Модели и стили переговоров.....	109
4.1.2. Эффективные тактики переговорного процесса	120

4.1.3. Особенности полемики в переговорном процессе	126
4.1.4. Ведущие факторы переговорного процесса.....	130
4.1.5. Виды переговоров.....	137
4.2. Публичное выступление.....	146
<i>Вопросы и задания для самоконтроля.....</i>	<i>157</i>

Часть 2

КОММУНИКАТИВНАЯ КОМПЕТЕНТНОСТЬ СПЕЦИАЛИСТА

Глава 5. Основы коммуникативной компетентности специалиста	160
5.1. Психологические методы убеждающего воздействия....	163
5.2. Построение аргументации.....	171
5.3. Типы вопросов и способы их использования.....	183
5.4. Барьеры коммуникации	199
5.4.1. Окружающая среда как фактор барьера коммуникации	201
5.4.2. Коммуникативные барьеры в межличностных коммуникациях	201
5.4.3. Технические барьеры	211
5.4.4. Барьеры коммуникации в организациях.....	212
<i>Вопросы и задания для самоконтроля.....</i>	<i>216</i>
Глава 6. Коммуникации в конфликтных ситуациях	217
6.1. Виды конфликтов.....	219
6.2. Причины конфликтов.....	223
6.3. Функции конфликтов.....	233
6.4. Возникновение и развитие конфликтов.....	235
6.5. Анализ конфликтов	240
6.6. Способы разрешения конфликтов	251
6.7. Особенности поведения в конфликтных ситуациях	264
6.8. Психотехнологии воздействия на оппонента в конфликтных ситуациях	272
<i>Вопросы и задания для самоконтроля.....</i>	<i>274</i>
Глава 7. Бизнес-коммуникации в условиях искажения информации	275
7.1. Классификация видов искажений информации.....	277
7.2. Диагностика искажения информации партнером в процессе бизнес-коммуникаций.....	288
7.3. Принципы эффективного выявления неистинной информации	290
7.4. Показатели неискренности человека, наблюдаемые в процессе общения	293

7.4.1. Психофизиологический уровень	293
7.4.2. Психологический уровень.....	300
7.4.3. Социально-психологический уровень	305
7.5. Проявление показателей неискренности в зависимости от индивидуально-психологических особенностей личности коммуникатора	314
<i>Вопросы и задания для самоконтроля</i>	321

Часть 3

ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОММУНИКАЦИИ

Глава 8. Коммуникации в организациях	324
8.1. Характеристики групповых процессов в организации	324
8.2. Коммуникация как функция управления организацией.....	351
8.2.1. Характеристики внутриорганизационных коммуникаций	357
8.2.2. Виды коммуникаций между руководителем и подчиненными.....	365
8.3. Внутрикорпоративный Public Relations.....	389
8.3.1. Формирование коммуникаций внутри компании	390
8.3.2. Средства внутриорганизационных коммуникаций	396
8.3.3. Внутрикорпоративный PR-проект: от разработки до внедрения	405
8.3.4. Информационные технологии в деловых коммуникациях	411
<i>Вопросы и задания для самоконтроля</i>	418
Глава 9. Культура деловых коммуникаций	419
9.1. Этикет. Основы деловой этики	419
9.2. Национальные особенности делового общения (этики).....	423
9.3. Атрибуты делового общения.....	432
<i>Вопросы и задания для самоконтроля</i>	438
Глава 10. Рекламная коммуникация.....	439
10.1. Схема рекламной коммуникации.....	440
10.2. Психология рекламных коммуникаций.....	447
10.2.1. Психологические факторы формирования интереса к рекламе	447
10.2.2. Виды рекламного психологического воздействия.....	452
<i>Вопросы и задания для самоконтроля</i>	466
Список использованной литературы	467

