

ОГЛАВЛЕНИЕ

| | |
|--|-----------|
| Предисловие..... | 3 |
| Глава 1. Психология делового общения как объект научного познания и учебная дисциплина | 5 |
| 1.1. Проблема общения в зарубежной и отечественной науке..... | 5 |
| 1.2. Понятие «деловое общение» | 12 |
| 1.3. Структура делового общения | 17 |
| 1.4. Функциональная характеристика делового общения..... | 22 |
| 1.5. Психология делового общения как учебный предмет | 25 |
| 1.6. Организация изучения делового общения | 28 |
| Глава 2. Туризм как сфера делового общения | 38 |
| 2.1. Потребности туристской индустрии в развитии делового общения..... | 38 |
| 2.2. Характерные черты современного потребителя туристских услуг | 40 |
| 2.3. Ролевые коммуникации в организациях туристской и гостиничной индустрии | 43 |
| 2.4. Культура делового общения и критерии оценки его эффективности в туристском и гостиничном бизнесе..... | 46 |
| Глава 3. Психологические и логико-риторические основы делового общения | 49 |
| 3.1. Партнер по деловому общению как мотивированный и целе-направленный субъект | 49 |
| 3.2. Партнер по деловому общению как слушающий и воспринимающий субъект | 55 |
| 3.3. Партнер по деловому общению как внимательный и вдумчивый человек..... | 58 |
| 3.4. Логико-риторические требования к речи в деловом общении..... | 70 |
| 3.5. Риторические средства выражения мысли и отношения к партнеру..... | 76 |
| 3.6. Технология доказательства в деловом общении | 84 |
| Глава 4. Деловое общение: модели, стратегии, технология подготовки | 88 |
| 4.1. Модели делового общения..... | 88 |
| 4.2. Стратегии делового общения | 94 |
| 4.3. Технология подготовки к деловому общению | 103 |
| 4.4. Функциональная готовность работников туристской индустрии к эффективному деловому общению | 106 |

| | |
|---|-----|
| Глава 5. Экспресс-диагностика партнера по деловому общению | 112 |
| 5.1. Определение психотипа партнера по общению как цель экспресс-диагностики | 112 |
| 5.2. Особенности поведения парапсихотипа | 115 |
| 5.3. Характерные черты эпилептоидного психотипа | 118 |
| 5.4. Истероидный рисунок личности партнера по общению | 124 |
| 5.5. Гипертим и особенности его поведения | 132 |
| 5.6. Шизоидный психотип партнера по деловому общению | 138 |
| 5.7. Психастеноиды, гипотимы, сензитивы как объекты экспресс-диагностики | 146 |
| 5.8. «Красноречие» языка жеста и поз | 148 |
| 5.9. Изучение внутреннего состояния собеседника по голосу и манере говорить | 150 |
| 5.10. Анализ поведения партнера с позиций ролевой теории личности | 153 |
| Глава 6. Технологии вхождения в контакт и формирования благоприятного впечатления о себе | 155 |
| 6.1. Имиджевое поведение в момент встречи с деловыми людьми | 155 |
| 6.2. Управление общением в ходе знакомства с деловыми людьми | 157 |
| 6.3. Технологии вхождения в круг «своих» | 162 |
| 6.4. Прием (вечеринка) как деловая встреча | 166 |
| Глава 7. Технологии эффективной защиты в ходе делового общения | 171 |
| 7.1. Постановка вопросов и ответов на них | 171 |
| 7.2. Оправдание доводов оппонента | 175 |
| 7.3. Непродуктивные стили общения и их коррекция | 177 |
| 7.4. Технология нейтрализации замечаний партнера по общению | 181 |
| 7.5. Защита от уловок и манипуляции | 187 |
| 7.6. Поведение в конфликтных ситуациях в ходе делового общения | 194 |
| Глава 8. Технологии демократической модели управленческого общения | 201 |
| 8.1. Диалог и полилог как формы демократической модели управленческого общения | 201 |
| 8.2. Технология применения требований к подчиненным | 204 |
| 8.3. Технология непосредственного убеждающего воздействия на сотрудника туристской организации вербальными средствами | 205 |
| 8.4. Технологии использования средств массовой информации, средств наглядной агитации и личного примера как эффективных средств убеждения | 207 |

| | |
|---|------------|
| 8.5. Технологии применения конструктивной критики, развенчания отрицательного авторитета и метода «взрыва»..... | 208 |
| 8.6. Технология поощрения подчиненных..... | 212 |
| 8.7. Технология предупреждения и наказания подчиненных | 214 |
| 8.8. Технология организации контроля и оказания помощи как способы служебной коммуникации..... | 217 |
| Глава 9. Особенности делового общения в различных ситуациях общения | 219 |
| 9.1. Педагогическое общение | 219 |
| 9.2. Письменная форма делового общения..... | 224 |
| 9.3. Особенности ведения делового телефонного разговора | 229 |
| 9.4. Техники нейролингвистического программирования и их применение в ходе переговоров..... | 231 |
| Список литературы | 235 |

Учебное издание

Шарухин Анатолий Петрович, Орлов Александр Михайлович

Психология делового общения

Учебник

Редактор *Н. В. Шувалова*

Технический редактор *Н. И. Горбачева*

Компьютерная верстка: *Р. Ю. Волкова*

Корректоры *Н. В. Савельева, Т.Н. Чеснокова*

Изд. № 101115868. Подписано в печать 24.04.2012. Формат 60×90/16.

Гарнитура «Балтика». Бумага офсетная. Печать офсетная. Усл. печ. л. 15 ,0.

Тираж 1 000 экз. Заказ №

ООО «Издательский центр «Академия». www.academia-moscow.ru
125252, Москва, ул. Зорге, д. 15, корп. 1, пом. 266.

Адрес для корреспонденции: 129085, Москва, пр-т Мира, 101В, стр. 1, а/я 48.
Тел./факс: (495) 648-0507, 616-00-29.

Санитарно-эпидемиологическое заключение № РОСС RU. AE51. Н 16067 от 06.03.2012.

Отпечатано с электронных носителей издательства.

ОАО «Тверской полиграфический комбинат», 170024, г. Тверь, пр-т Ленина, 5.

Телефон: (4822) 44-52-03, 44-50-34. Телефон/факс: (4822) 44-42-15.

Home page — www.tverpk.ru Электронная почта (E-mail) — sales@tverpk.ru