

*Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:*

<https://stuservis.ru/referat/362832>

**Тип работы:** Реферат

**Предмет:** Социология коммуникаций

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ 2

Глава 1. Определение понятия делового общения 4

Глава 2. Сущность невербальной коммуникации 6

Глава 3. Средства и виды невербальной коммуникации 8

3.1. Жесты 8

3.2. Мимика 11

3.3. Жестикуляция 12

3.4. Поза 14

ЗАКЛЮЧЕНИЕ 17

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ 19

ВВЕДЕНИЕ

В деловом мире эффективное общение является одним из ключевых факторов успеха. Коммуникация включает не только устные и письменные сообщения, но также невербальные средства выражения, которые играют важную роль в передаче информации и формировании впечатлений.

Актуальность данной темы обусловлена несколькими факторами.

Во-первых, деловой мир стал все более глобализованным и многонациональным. В такой среде взаимодействия культурные различия и нюансы становятся важными аспектами коммуникации.

Невербальные средства могут помочь преодолеть языковые и культурные барьеры, облегчив понимание и взаимодействие между представителями различных культур.

Во-вторых, в современном бизнесе акцент смещается с простой передачи информации на развитие отношений и установление доверия. Невербальные средства играют важную роль в создании положительного впечатления о личности и компании, а также в формировании эмоциональной связи между партнерами и клиентами. Умение читать и использовать невербальные сигналы может помочь в достижении лучших результатов в деловых переговорах, продажах и других ситуациях.

В-третьих, с развитием технологий и возрастанием удаленной работы, коммуникация происходит все больше через электронные каналы, такие как электронная почта, видеоконференции и чаты. В таких ситуациях невербальные средства теряются, и понимание чувств и намерений собеседника становится сложнее. Однако, правильное использование невербальных средств, даже в онлайн-коммуникации, может значительно улучшить эффективность общения и помочь в установлении контакта с коллегами и партнерами.

Наконец, невербальные средства играют важную роль в формировании лидерских качеств и эффективного руководства. Лидер, обладающий навыками чтения невербальных сигналов, может лучше понять потребности и настроение своей команды, управлять эмоциями и влиять на мотивацию и продуктивность сотрудников.

Исходя из этих факторов, изучение и понимание невербальных средств в деловом общении становится неотъемлемой частью профессионального развития и успеха в современной коммуникации [6].

Цель данной работы – изучить значение невербальных средств в деловом общении.

В соответствии с целью, объектом и предметом исследования определены следующие задачи исследования:

- 1) Определить понятие делового общения;
- 2) Проанализировать классификации стилей семейного воспитания;
- 3) Определить роль культуры и этнической принадлежности в формировании психологических особенностей;

Для решения поставленных задач применялись следующие методы исследования: теоретическое изучение и анализ научных трудов и научных статей, монографий и других источников, связанных с невербальными

средствами делового общения. Реализован комплексный исследовательский подход к изучению материала по теме работы.

Реферативная работа состоит из введения, 4 параграфов, заключения и списка литературы.

Глава 1. Определение понятия делового общения

Деловое общение – это процесс обмена информацией, идеями, мнениями и ресурсами между людьми в рабочей или деловой среде с целью достижения определенных целей и задач. Оно является ключевым элементом в организационной среде и служит основой для эффективной работы, принятия решений и достижения успеха в бизнесе.

В деловом общении участвуют различные стороны, такие как руководители, сотрудники, клиенты, партнеры, поставщики и другие заинтересованные лица. Оно может происходить как внутри организации (внутреннее деловое общение), так и во взаимодействии с внешней средой (внешнее деловое общение), включая коммуникацию с клиентами, конкурентами, государственными органами и общественностью. Деловое общение включает различные формы коммуникации, включая устную, письменную, электронную и невербальную коммуникацию. Важно, чтобы коммуникация была ясной, точной, конкретной и адаптированной к конкретной аудитории или ситуации. Она также должна быть эффективной в передаче информации, понимании, установлении связей, решении проблем и согласовании действий.

Цели делового общения могут быть разнообразными, включая обмен информацией и идеями, координацию действий, принятие решений, решение конфликтов, установление и поддержание отношений, убеждение, продажи и многое другое. Все эти аспекты делового общения влияют на производительность, эффективность и успех организации.

В целом, деловое общение является неотъемлемой частью бизнес-процессов и играет важную роль в достижении целей и развитии организаций в современном деловом мире [4].

Таким образом, основные аспекты делового общения включают:

1. **Целевая ориентированность:** Деловое общение всегда имеет определенные цели и задачи, которые необходимо достичь. Оно должно быть направлено на передачу информации, принятие решений, согласование действий, установление и поддержание отношений, убеждение и другие конкретные цели, связанные с бизнес-процессами.
2. **Ясность и конкретность:** В деловом общении важно, чтобы сообщения были ясными, понятными и конкретными. Использование ясного и простого языка, избегание двусмысленностей и неоднозначностей помогает установить точное понимание между участниками общения.
3. **Адаптация к аудитории:** Эффективное деловое общение требует умения адаптировать свое сообщение к конкретной аудитории. Необходимо учитывать особенности и потребности получателей информации, их уровень знаний, профессиональный контекст и культурные особенности.
4. **Умение слушать:** Важной составляющей делового общения является умение слушать и быть внимательным к мнениям, идеям и предложениям других людей. Слушание позволяет получить полную картину ситуации, понять потребности и точку зрения собеседника, а также установить доверие и поддерживать конструктивный диалог.
5. **Невербальная коммуникация:** Невербальные средства выражения, такие как мимика, жесты, позы, тон голоса и взгляды, играют важную роль в деловом общении. Они помогают передать эмоциональную составляющую сообщения, устанавливают контакт, выражают уверенность и эмпатию, а также дополняют и подчеркивают вербальную коммуникацию.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Алексеева, О. О невербальных средствах делового общения / О. Алексеева, О. В. Дивненко // Вестник Национального Института Бизнеса. – 2017. – № 27. – С. 6-9.
2. Бестужева, Е. Невербальные средства коммуникации / Е. Бестужева // Дошкольное воспитание. – 2007. – № 5. – С. 62-67.
3. Бороздина, Г.В. Психология и этика делового общения: Учебник и практикум для академического бакалавриата [Текст] / Г.В. Бороздина, Н.А. Кормнова. – Люберцы: Юрайт. – 2016. – 463 с.
4. Дивненко, О. В. Основы делового общения. Часть 1. Учебное пособие. – М.: Национальный институт бизнеса, 2004.
5. Дубина, Л.В. Исследование невербальных средств коммуникации. – М.: Лаборатория книги, 2012. – 175 с.
6. Калашникова, Е. И. Невербальные средства общения в системе деловых коммуникаций организации / Е. И. Калашникова // ЗАКОНОМЕРНОСТИ и ТЕНДЕНЦИИ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ОБЩЕСТВА: сборник

- статей Международной научно-практической конференции: в 6 частях, Магнитогорск, 20 декабря 2017 года. Том Часть 1. – Магнитогорск: Общество с ограниченной ответственностью "Аэтерна", 2017. – С. 178-181.
7. Коробейникова, В. В. Невербальные средства коммуникации в деловом общении / В. В. Коробейникова // Филологические науки: состояние, перспективы, новые парадигмы исследований: Материалы Международной заочной (электронной) научной конференции для молодых ученых, посвященной 60-летию филологического факультета, Уфа, 13-14 декабря 2017 года / Ответственный редактор Мухтаруллина А. Р. – Уфа: Башкирский государственный университет, 2017. – С. 178-183.
8. Кужахметов, В. Р. Мимика и жесты как средства невербальной коммуникации / В. Р. Кужахметов, И. Ю. Рахманова // МЕЖДИСЦИПЛИНАРНОСТЬ науки КАК ФАКТОР ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ: сборник статей Международной научно-практической конференции, Стерлитамак, 25 апреля 2019 года. – Стерлитамак: Общество с ограниченной ответственностью "Аэтерна", 2019. – С. 106-108.
9. Монастырская, А. Е. Невербальные средства в деловом общении / А. Е. Монастырская // Молодежная наука 2021: технологии, инновации: материалы Всероссийской научно-практической конференции молодых ученых, аспирантов и обучающихся, посвященной Году науки и технологий в Российской Федерации, Пермь, 09-12 марта 2021 года / Пермский государственный аграрно-технологический университет имени академика Д. Н. Прянишникова. Том Часть 3. – Пермь: Прокрость, 2021. – С. 300-302.
10. Пиз, А., Пиз, Б. Язык телодвижений. Как читать мысли окружающих по их жестам. – Ростов-на-Дону: Эксмо-Пресс, 2017. – 448 с.
11. Поваляева, М.А. Невербальные средства общения: М.А.
12. Поваляева, О. А. Рутер. – Ростов н/Д.: Феникс, 2004. – 352 с.
11. Поваляева, М. А. Невербальные средства общения: М. А. Поваляева, О. А. Рутер. – Ростов-на-Дону.: Феникс, 2004. – 352 с.
12. Речь как средство вербальной коммуникации. Средства невербальной коммуникации / М. Е. Ретюнских, О. М. Холодов, И. Ю. Устинов, А. А. Караванов // Медико-биологические и педагогические основы адаптации, спортивной деятельности и здорового образа жизни: сборник научных статей V Всероссийской заочной научно-практической конференции с международным участием, Воронеж, 27 апреля 2016 года / Министерство спорта РФ; Воронежский государственный институт физической культуры. – Воронеж: Издательско-полиграфический центр "Научная книга", 2016. – С. 197-202.
13. Родинова, Н. П. Внешний вид и жесты как инструменты деловой коммуникации / Н. П. Родинова, А. С. Сергеев, С. Ю. Соколов // Национальная Ассоциация Ученых. – 2018. – № 9(36). – С. 24-27.
14. Саблина, Г. Ф. Невербальные средства в профессиональной коммуникации / Г. Ф. Саблина // Язык, культура, познание, коммуникация: Коллективная монография. – Тамбов: Тамбовская региональная общественная организация "Общество содействия образованию и просвещению "Бизнес - Наука - Общество", 2015. – С. 41-53.
15. Торшина, А. В. Невербальная коммуникация как совокупность неречевых средств, обеспечивающих взаимопонимание людей / А. В. Торшина, А. А. Клименко // Наука и производство Урала. – 2021. – Т. 17. – С. 99-100.
16. Федорова, А. Невербальные средства общения в деловой коммуникации / А. Федорова // Через тернии к звездам: Сборник научных статей ежегодных межвузовских научных студенческих слушаний / Ставропольский филиал Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации. Том Выпуск 11. – Ставрополь: ООО "Издательско-информационный центр "Фабула", 2017. – С. 511-514.

*Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:*

<https://stuservis.ru/referat/362832>