



PR как составляющая деловой культуры [Текст] : учеб. пособие / Г. А. Черняк, И. Г. Ненов, В. В. Паламарчук и др. ; под общ. ред. Г. В. Ангелова, И.Г. Ненова, Г. А. Черняк, науч. консультант Б. В. Егоров, Ю. А. Работин ; Ин-т инновац. технологий и содерж. образования Украины, Акад. инж. наук Украины. - Одесса : КП ОГТ, 2011. - 638 с. - (Психолого-этические аспекты делового общения). - ISBN 978-966-2106-93-0.

Книга як навчальний посібник є одним з навчальних напрямків курсів "Основи педагогіки та психології", "Соціології", які є обов'язковими для підготовки у вузах фахівців багатьох профілів. У виданні використані класичні підходи й новітні досягнення в комунікативній культурі. Виклад принципів, форм та методів ефективного спілкування базується на органічному поєднанні наукової й практичної проблематики таких дисциплін, як риторика, логіка, семіотика, нейрофізіологія, які в сукупності можуть бути названі "наукою про людину", її духовний світ.

Дана монографічна робота розрахована на широке коло дійсних і майбутніх фахівців у сфері управління, юриспруденції, богослов'я, політики, дипломатії, журналістики, рекламної справи й публік релейшнз, а також для студентів, магістрантів, аспірантів та широкого кола читачів, що цікавляться актуальними проблемами ділового спілкування.



ВВЕДЕНИЕ

Из всех существ населяющих нашу планету, только человек претендует на верховенство над всеми остальными... И это при всем том, что люди далеко не самые сильные, не самые большие и выносливые, не самые в этом мире долговечные...

Мы не умеем рыть подземные туннели, без особых устройств; не умеем плавать под водой без помощи искусственных приспособлений; мы не умеем летать без технических устройств; без одежды мы не выжили бы на значительной территории суши. Но, не смотря на эти и другие несовершенства, человек все же стал первенствующим на Земле биологическим видом. Почему? Очевидно, ответ на этот вопрос состоит в том, что мы умеем осмысленно общаться друг с другом, передавая самую разнообразную информацию, делимся с соплеменниками сложнейшими идеями, теориями, практическими новшествами, изобретениями, постоянно взаимообогащаемся культурными и духовными ценностями

Таким образом, способность общаться друг с другом - одно из величайших, если не самое главное, приобретение человека в ходе его эволюционного развития. Поэтому каждому из нас необходимо постоянно учиться общению, познавать объективные его законы, совершенствовать формы и методы, а так же коммуникативные средства его практической реализации.

Известно, что роль коммуникации неуклонно возрастает и в деловой сфере. Исследования показывают, что менеджеры различных уровней при решении стратегических и тактических задач тратят на это до 80% рабочего времени. Вот почему такое большое внимание уделяется сейчас вопросам эффективного овладения современными коммуникационными средствами, проблемам ускорения обмена информацией, формированию коллективных и индивидуальных навыков делового общения, умению слушать и читать, говорить и писать. Естественно, важное место отведено в учебном пособии современным техническим средствам обмена информацией, и тем сложным технологиям межличностного общения, которые накоплены рядом научных отраслей в последнее время и применение которых значительно повышает эффективность делового общения.

Собственно в этом и состоит одна из основных задач нашей книги - дать вам возможность, независимо от своего социального положения, сферы деятельности и рода занятия, пола, возраста и вероисповедания - независимо от всего этого и чего бы то ни было еще научиться наиболее эффективно использовать полученные знания и опыт в сложных жизненных лабиринтах человеческого общения в целом, и в деловых взаимоотношениях, в частности. Но к этому одно важное предупреждение: ни в коем случае вы не должны пользоваться предложенными коммуникативными технологиями и раскрытыми секретами общения механически, старайтесь адаптировать их к конкретным условиям возникающих деловых ситуаций и обязательно приспосабливайте их к себе, к своему образу мыслей, опыту и индивидуальному стилю поведения. Это вполне объяснимо. Ведь среди множества сфер общечеловеческой жизнедеятельности есть особо сложные и деликатные. Одна из них - деловое общение, где одних лишь научных основ недостаточно. Здесь требуются многие подходы, относящиеся и к искусству. И действительно опыт показал, что только такой сплав может обеспечить высокоорганизованное, целенаправленное и эффективное взаимодействие людей, в какой бы сфере труда оно не происходило и на каком бы уровне его организации не проявлялось.

Таким образом, знания, умения и навыки, приобретенные из области науки и искусства общения, позволяют устанавливать психолого-этические контакты с коллегами, добиваться точного восприятия и понимания в процессе общения, прогнозировать поведение деловых партнеров, направляя его к желаемому результату. Исключительно важную роль в организации делового общения и в повышении его эффективности, как известно, играет «паблик рилейшинз».

СОДЕРЖАНИЕ

| | |
|---|-----|
| ВВЕДЕНИЕ | 4 |
| Раздел I. PR как культура и философия современных деловых взаимоотношений | 9 |
| 1.1. Определение "паблик рилейшнз"..... | 9 |
| 1.2. Хронология и динамика развития "паблик рилейшнз" в мировом пространстве..... | 21 |
| 1.3. Цель и составляющая PR..... | 28 |
| 1.4. "Паблик рилейшнз" и бизнес в Украине..... | 32 |
| 1.5. PR как культура и философия современного бизнеса..... | 35 |
| Советуем прочитать следующие фрагменты | |
| Каждый человек - это звезда. <i>Джон Кехо</i> | 44 |
| К специфике национальной ментальности. <i>Шейнов В.П.</i> | 50 |
| Успех и человеческие взаимоотношения. <i>С. Ю. Ключников</i> | 54 |
| Маркетинг: исследования рынка <i>Д. Делл, Т. Линда</i> | 64 |
| Эффективность деятельности СМИ и социологические методы их исследования <i>Ю.С. Колесников</i> | 69 |
| Человек и биосфера: Роль общественности и экологической информации в развитии современного туризма. <i>И.Т. Русев</i> | 75 |
| Логотип и образ фирмы. <i>ДеллД., Линда Т.</i> | 83 |
| Стезей Эйзенхауэра: сортируем дела по полочкам и хитрим с самим собой. <i>С.Ю.Ключников</i> | 93 |
| "Реклама: принципы и практика" <i>У. Уэллс, Дж. Вернет, С. Мориарти</i> | 94 |
| Из наблюдений мудрых людей..... | 97 |
| Мудрые истины..... | 102 |
| Материалы для самостоятельной работы..... | 106 |
| Практические упражнения..... | 106 |
| Контрольные вопросы..... | 110 |
| Темы рефератов..... | 111 |
| Темы к семинарским занятиям..... | 111 |
| Рекомендуемая литература..... | 111 |
| Раздел II. Общественные отношения и отношения с общественностью в деловых взаимодействиях | 113 |
| 2.1. Корпоративные отношения..... | 113 |
| 2.2. Пресс-конференция и другие формы отношения с прессой..... | 131 |
| 2.3. Интервью в целях паблик рилейшнз..... | 166 |
| 2.4. Презентация..... | 176 |
| 2.5. Специальные механизмы Паблисита..... | 187 |

| | |
|--|-----|
| 2.6. Определение стратегии и тактики общения..... | 209 |
| Советуем прочитать..... | 214 |
| Чем важнее отношения, тем меньше значит умение. | |
| <i>Ричард Фарсен</i> | 214 |
| Основные принципы взаимоотношения прессы и ПР-структур. <i>Федотова Л.Н.</i> | 219 |
| Переговоры в управлении организацией. | |
| <i>Липницкий А.В.</i> | 221 |
| Презентация. <i>Соловьев Э.Я.</i> | 225 |
| Наглядные пособия. <i>Хопкинс Т.</i> | 228 |
| Большинство человеческих проблем | |
| не являются проблемами. <i>Ричард Фарсон</i> | 233 |
| Из наблюдений мудрых людей..... | 236 |
| Мудрые истины..... | 237 |
| Материалы для самостоятельной работы..... | 243 |
| Практическое упражнение..... | 242 |
| Контрольные вопросы..... | 243 |
| Темы рефератов..... | 243 |
| Темы к семинарским занятиям..... | 243 |
| Рекомендуемая литература..... | 244 |
| Раздел III. Модели общения в деловой сфере | 246 |
| 3.1. Психологические свойства личности..... | 246 |
| 3.2. Основные коммуникативные модели общения..... | 250 |
| 3.3. Вербальное и невербальное общение..... | 264 |
| 3.4. Активизация языка тела..... | 282 |
| Советуем прочитать..... | 319 |
| Возможности слова. <i>Фзюсел Б.</i> | 319 |
| Организация общения. <i>Н.И. Кабушкин</i> | 321 |
| Требования к деловому разговору. <i>И.Н. Кузнецов.</i> | 323 |
| Тест "Ваш стиль общения"..... | 332 |
| Из наблюдений мудрых людей..... | 335 |
| Мудрые истины..... | 336 |
| Материалы для самостоятельной работы | |
| Практическое упражнение..... | 340 |
| Контрольные вопросы..... | 343 |
| Темы рефератов..... | 344 |
| Темы к семинарским занятиям..... | 344 |
| Рекомендуемая литература..... | 344 |
| Раздел IV. Социокультурные компоненты PR | 346 |
| 4.1. PR-общение..... | 346 |
| 4.2. PR-обращение..... | 349 |
| 4.3. Целевая аудитория..... | 353 |
| 4.4. Формы общения в сфере PR..... | 356 |
| 4.5. Обучение..... | 370 |
| Тест "Культура телефонного общения"..... | 384 |

| | |
|--|-----|
| Тест "Умее ли вы вести деловые переговоры?" | 394 |
| Тест "Как вести деловые переговоры?" | 397 |
| Советуем прочитать..... | 405 |
| Тактика деловых взаимоотношений. | |
| <i>Г.В.Щекин</i> | 405 |
| Формы делового общения. <i>Кабушкин Н.И.</i> | 408 |
| Речевая культура делового разговора. Деловой разговор как особая разновидность устной речи. <i>Кузнецов И.М.</i> | 409 |
| Убедительное выступление перед аудиторией. | |
| <i>Шейнов В.П.</i> | 413 |
| Как убедить собеседника за 30 секунд. <i>Майло О. Франк</i> | 451 |
| Красота отношений и толерантность. | |
| <i>Хамитов Н., Крымова С.</i> | 457 |
| Интересы аудитории - важнейший фактор деятельности СМК. <i>Федотова Л.И.</i> | 461 |
| Речевой этикет. <i>Кузнецов И.М.</i> | 465 |
| Из наблюдений мудрых людей | 467 |
| Мудрые истины | 469 |
| Материалы для самостоятельной работы | 474 |
| Практическое упражнение | 474 |
| Контрольные вопросы | 478 |
| Темы рефератов | 478 |
| Темы к семинарским занятиям | 479 |
| Рекомендуемая литература | 479 |
| Раздел V. Самореклама и само-PR в культуре делового человека | 482 |
| 5.1. Самореклама и само-PR: основные понятия | 482 |
| 5.2. Имидж и репутация в PR-деятельности | 498 |
| 5.3. Создание личного брэнда | 514 |
| 5.4. PR - важный инструмент развития бизнеса | 524 |
| 5.5. PR-Кампания | 531 |
| 5.6. Основные принципы планирования карьеры | 540 |
| Советуем прочитать | |
| Планирование карьеры. <i>Т.Ю.Базаров, Б.Л. Еремин</i> | 550 |
| Руководство Марка Андерсена по планированию карьеры, часть 1 | 553 |
| Технологии построения имиджа. <i>Почепцов Г.</i> | 558 |
| Доброе имя - лучшая реклама. <i>Ключников С.Ю.</i> | 563 |
| Предрасположение в пользу своего Я. <i>Майерс Д.</i> | 566 |
| Имидж-лучший самопиар. <i>С.Ю. Ключников</i> | 572 |
| Создание репутации фирмы. <i>Д.Делл, Т.Линда</i> | 574 |
| Репутация вашего дела. <i>С.Ю.Ключников</i> | 577 |
| Условия эффективного взаимодействия в управленческом общении. <i>Кузнецов И.Н.</i> | 579 |
| Демонстрация богатства: пускать ли пыль в глаза? | |

| | |
|--|-----|
| <i>С.Ю.Ключников</i> | 595 |
| Совет для тех, кто стремится повысить свой социальный статус. <i>Э.Холл</i> | 597 |
| Стратегия покупки рекламы в газетах. <i>Д. Делл, Т. Линда</i> | 599 |
| Из наблюдений мудрых людей..... | 602 |
| Мудрые истины | 607 |
| Материалы для самостоятельной работы..... | 611 |
| Практическое упражнение..... | 611 |
| Контрольные вопросы..... | 612 |
| Темы рефератов..... | 613 |
| Темы к семинарским занятиям..... | 613 |
| Рекомендуемая литература..... | 613 |
| Познавательные-деловые игры..... | 615 |
| ЗАКЛЮЧЕНИЕ | 631 |