

SPIS TREŚCI

WSTĘP	9
I. WPROWADZENIE TEORETYCZNE	11
1. KOMUNIKACJA INTERPERSONALNA W BIZNESIE.....	13
1.1. Komunikacja werbalna	13
1.2. Komunikacja niewerbalna.....	19
1.3. Autoprezentacja i kierowanie wrażeniem	26
2. SZTUKA ARGUMENTACJI.....	33
2.1. Starożytne korzenie i nowa dialektyka	33
2.2. Rodzaje argumentów.....	34
3. ASERTYWNOŚĆ JAKO SPECYFICZNY SPOSÓB KOMUNIKOWANIA.....	37
3.1. Metody rozwijania asertywności.....	40
3.2. Bariery nabywania kompetencji asertywności	41
4. ETYKA KOMUNIKACJI.....	46
4.1. Kształcenie etyki komunikacji	46
4.2. Etyka codzienności	47
4.3. Teoria logosfery.....	49
4.4. Kłamstwo i jego etyczne konsekwencje	50
4.5. Etyka perswazji	52
5. KOMUNIKACJA W ORGANIZACJI.....	53
5.1. Komunikacja organizacyjna.....	53
5.2. Public relations i kreowanie wizerunku	54
II. PRAKTYKA	57
6. KONFLIKT.....	59
6.1. Konflikt jako zjawisko społeczne.....	59
6.2. Przebieg konfliktu.....	61
6.3. Źródła konfliktów w organizacji	66
6.4. Rodzaje konfliktów	72

7. NEGOCJACJE	76
7.1. Pojęcie negocjacji	76
7.2. Fazy i etapy procesu negocjacyjnego	81
7.3. Style negocjowania	83
7.4. Przygotowanie i planowanie negocjacji	84
7.5. Komunikatywność w negocjowaniu	86
7.6. Komunikacja werbalna	88
7.7. Komunikacja niewerbalna w negocjacjach.....	90
7.8. Klimat w negocjowaniu	92
8. MENEDŻER NEGOCJATOREM.....	95
8.1. Menedżer jako negocjator.....	95
8.2. Rywalizacyjny styl negocjacji	99
8.3. Kooperacyjny styl negocjacji.....	100
8.4. Reguły negocjacji	101
8.5. Manipulowanie	103
8.6. Sposoby rozpoznawania źródeł konfliktów	106
8.7. Cechy dobrego negocjatora.....	110
PODSUMOWANIE	111
BIBLIOGRAFIA	114
Streszczenie.....	120