

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РФ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«ПЕНЗЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Педагогический институт им. В. Г. Белинского

Факультет
педагогики, психологии и социальных наук

Кафедра
«Общая психология»

Направление подготовки: 37.03.01 «Психология»

**ОТЧЕТ ПО ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ
(ПРЕДДИПЛОМНОЙ) ПРАКТИКЕ**

Выполнил: студент

группы 133НП51

Офицера А.В

Проверил: к.пс.н., доцент кафедры

«Общая психология»

Константинов В.В.

Пенза, 2018 год

Содержание

Введение	3
Организация проведенного исследования	6
Анализ и интерпретация результатов, обработка данных математико- статистическим методом	15
Заключение	17
Рефлексия	19
Список используемых источников	21

Введение

Я, Офицера Алёна Владимировна, проходила преддипломную практику на базе кафедры «Общая психология» ПГУ с 5 марта 2018 г. по 17 марта 2018 г.

Тема моей дипломной работы «Особенности межличностных коммуникаций людей, работающих в рекламной сфере.»

В настоящее время уже не приходится доказывать, что межличностное общение - совершенно необходимое условие бытия людей, что без него невозможно полноценное формирование у человека ни одной психической функции или психического процесса, ни одного блока психических свойств, личности в целом.

Неотвратимость и неизбежность межличностной коммуникации объясняются самими условиями человеческого бытия - человек как социальный феномен не смог бы существовать без общения, которое является его важнейшей потребностью.

Поскольку общение - это взаимодействие людей и поскольку в нем всегда разворачивается взаимопонимание ими друг друга, устанавливаются те или иные взаимоотношения, имеет место определенное взаимообращение (в смысле поведения, выбираемого участвующими в общении людьми по отношению друг к другу), то межличностное общение оказывается таким процессом, который при условии, если мы хотим постичь его суть, должен рассматриваться как система человек - человек во всей многоаспектной динамике ее функционирования.

Для межличностного общения типична такая ситуация, когда участники общения, вступая в контакты, преследуют по отношению друг к другу более или менее значимые для них цели, которые могут совпадать по своему содержанию, а могут и отличаться друг от друга. Цели эти - следствие действия определенных мотивов, имеющихся у участников общения, их

достижение постоянно предполагает использование разнообразных способов поведения, которые у каждого человека формируются по мере развития у него качеств объекта и субъекта общения. Все это означает, что межличностное общение по основным своим характеристикам всегда является видом деятельности, суть которого составляет взаимодействие человека с человеком.

Взаимодействие человека с окружающим миром осуществляется в системе объективных отношений, которые складываются между людьми в их общественной жизни.

Объективные отношения и связи неизбежно и закономерно возникают в любой реальной группе. Отражением этих объективных взаимоотношений между членами группы являются субъективные межличностные отношения.

Основной путь исследования межличностного взаимодействия и взаимодействия внутри группы - это углубленное изучение различных социальных факторов, а также взаимодействия людей, входящих в состав данной группы.

Актуальность исследования обусловлена тем фактом, что никакая человеческая общность, в том числе и коллектив организации, не может осуществлять полноценную совместную деятельность, если не будет установлен контакт между людьми, в нее включенными, и не будет достигнуто между ними должное взаимопонимание.

На данный момент важной составляющей частью любой организации являются процессы, происходящие при взаимодействии людей, то есть их общении. Общение влияет на результаты деятельности организаций, поэтому оно требует к себе особого подхода и всестороннего изучения.

В данной работе будет рассматриваться общение в системе межличностных отношений и взаимодействия людей друг с другом на примере рекламного агентства.

Таким образом, тема выпускной квалификационной работы является актуальной и представляет научный интерес.

Фундаментальная разработка многих проблем психологии межличностного взаимодействия содержится в трудах отечественных психологов: Б.Г.Ананьева, Г.М.Андреевой, В.М.Бехтерева, А.А.Бодалева, Л.С.Выготского, Л.Я.Гозмана, И.Н.Горелова, В.В.Занкова, И.С.Кона, Е.А.Климова, В.А.Лабунской, А.А.Леонтьева, А.Н.Леонтьева, А.Е.Личко, В.С. Мерлина, В.Н. Мясищева, А.А. Реан, С.Л.Рубинштейна, Е.Т.Соколовой, В.И.Тютюнника, Д.Б.Эльконина и других.

Цель исследования: выявить особенности межличностных коммуникации людей, работающих в рекламной сфере.

Объект исследования: социально-психологические характеристики людей, работающих в рекламной сфере.

Предмет исследования: тип и особенности межличностных коммуникаций людей, работающих в рекламной сфере.

Гипотеза исследования: тип и особенности межличностных отношений людей, работающих в рекламной сфере, имеет прямое воздействие на результаты деятельности, как отдельного сотрудника, так и всей организации.

Задачи исследования:

- 1) провести теоретический анализ литературы по исследуемой проблеме;
- 2) разработать схему эмпирического исследования;
- 3) провести эмпирическое исследование типов межличностной коммуникации у людей, работающих в рекламной сфере;
- 4) исследовать связь между типом межличностных отношений и результатами деятельности, как отдельного сотрудника, так и всей фирмы;
- 5) произвести интерпретацию полученных данных эмпирического исследования, сформулировать выводы.

Теоретико-методологическую базу составили работы: «Теория развития личности в общении» (Л.И. Божович, Л.Л. Бueva, Л.М. Кустов, М.И.Рожков и др.), «Теория межличностных отношений» Г. Салливана,

«Положения деятельностного подхода» (С.Л. Рубинштейн, А.Н. Леонтьев), культурно-историческая теория развития личности (Л.С.Выготский), системный подход в изучении психологических явлений (Б.Ф. Ломов).

Для решения поставленных задач и проверки гипотезы использовался комплекс **методов теоретического анализа и диагностических методик:**

-теоретические методы исследования, а именно: изучение и критический анализ психологической литературы и литературы в сфере организации работы рекламного агентства по заявленной проблеме исследования;

-практические методы (анкетирование, опрос, тестирование), методы математической обработки данных (коэффициент линейной корреляции Браве-Пирсона).

В процессе исследования были использованы следующие методики:

1. Опросник межличностных отношений ОМО;
2. Опросник межличностных отношений Лири;
3. Методика определения групповой сплоченности Сижора.

Организация эмпирического исследования

Цель проводимого нами исследования заключается в выявлении особенностей межличностных коммуникации людей, работающих в рекламной сфере, а также определение взаимосвязи между характеристиками межличностных коммуникаций и степенью удовлетворенности работой.

Гипотеза исследования состоит в том, что особенности межличностных коммуникаций и психологический климат трудового коллектива имеет прямое воздействие на удовлетворенность работой сотрудника: чем лучше межличностные коммуникации и психологическая обстановка в трудовом коллективе, тем выше степень удовлетворенности работой.

Эмпирическое исследование осуществлялось в 3 этапа:

На первом этапе (2 января 2018 г. – 12 февраля 2018 г.) был проведен теоретический анализ научной литературы по проблеме исследования, сформулирована гипотеза исследования, определены теоретические и методологические составляющие, подобран диагностический инструментарий.

На втором этапе (13 февраля 2018 г. - 23 февраля 2018 г.) было подготовлено и проведено эмпирическое исследование межличностных коммуникаций, психологического климата, а также степени удовлетворенности работой сотрудников, работающих в рекламной сфере.

На третьем этапе (24 февраля 2018 г. – 3 марта 2018 г.) осуществлялась интерпретация полученных данных эмпирического исследования, проводилась математико-статистическая обработка данных, формулировались выводы и предложения.

Эмпирическое исследование проводилось в рекламном агентстве ООО «Новый взгляд» г. Пензы. Выборку составили работники агентства в возрасте 20-45 лет, занимающие различные должности, в количестве 32 человека. Стаж работы каждого сотрудника составляет не менее одного года.

1. Диагностика социально-психологического климата группы.

Результаты ответов были систематизированы и, согласно вопросам 17 – 21, определили социально-демографическую характеристику обследованной группы, закрепив за каждым исследуемым определенный порядковый номер для удобства обработки данных.

Порядок работы. Опросник предлагается для заполнения участникам группы, в которой необходимо диагностировать социально-психологический климат. Каждый член группы заполняет анкету индивидуально (приложение 1).

Обработка и анализ полученных результатов проводятся следующим образом: на основании ответов на вопросы 17–21 дается краткая социально-демографическая характеристика обследованной группы, в которой указываются: численность группы, половой и возрастной состав, число

членов группы (в процентах), имеющих незаконченное среднее, среднее, среднее специальное, незаконченное высшее и высшее образование. Также отмечается, распределение членов группы в зависимости от стажа работы, семейное положение. В зависимости от задач исследования в опросник можно включить дополнительные вопросы относительно жилищных условий работников, количества детей, и т.п.

Вопросы 6–13 направлены на выявление особенностей отражения членами коллектива сложившихся межличностных отношений и коллектива в целом с учетом эмоционального, когнитивного и поведенческого компонентов. Каждый компонент тестируется тремя вопросами: эмоциональный: 6, 9, 12; когнитивный: 8, 11; поведенческий: 7, 10, 13.

Ответ на каждый из этих вопросов оценивается как +1, 0 или -1.

Таким образом, методика СПК группы показала, что социально-психологический климат в данном коллективе благоприятный, хотя коллектив и имеет средний социально-демографический статус (невысокое образование и рядовые должности), характеризуется положительными взаимоотношениями, что подтверждает вычисленный индекс групповой сплоченности (0,5) и отношения в данном коллективе к руководителю, который занимает лидерские позиции (коэффициент лидерских и деловых качеств – 0,78), что и является показателем деловой благоприятной атмосферы.

Далее выполнили обработку полученных результатов по методике «социометрия», которая помогла выявить уровень сплоченности коллектива, межличностные отношения, а также неформальных лидеров в данном коллективе.

Далее выполнили обработку полученных результатов по методике «социометрия», которая помогла выявить уровень сплоченности коллектива, межличностные отношения, а также неформальных лидеров в данном коллективе.

Обработка результатов социометрического опроса осуществлялась следующим образом:

- 1) полученные результаты с бланков выборов занесены в заранее заготовленную социометрическую матрицу, где по вертикали располагается список – «кто выбирал», а вверху – по горизонтали – «кого выбирали»;
- 2) далее осуществлялся подсчет положительных и отрицательных выборов, полученных каждым сотрудником найдены взаимные выборы.

Согласно условиям методики, присвоим испытуемым статусные категории:

1 статус – «лидеры»: 4 и более выборов, оказалось у №1 – (+8 выборов), в нашем случае им является офис-менеджер, а также №10, 13, и 21 (+4 выбора).

2 статус – «предпочитаемые», 0–3 положительных выбора (в порядке уменьшения), оказались у №3, 7, 18, 5, 26, 2, 4, 6, 9, 14, 27, 30, 31, 32.

3 статус – «пренебрегаемые» – имеющие (-1) – (-3) выбора, таковыми оказались (в порядке повышения пренебрежения) в нашем случае респонденты под №12, 25, 28, 8, 22, 23, с 4 статусом – «отверженных», имеющих свыше 4 отрицательных выборов в исследуемом коллективе не оказалось.

Таким образом, в данном коллективе 4 лидера (12,5%), один из которых непосредственно офис-менеджер, 14 из 32, что составляет 44% – имеют статус «предпочитаемых» и только 20% – «пренебрегаемых», а «отверженных» нет совсем, что соответствует высокому (УБВ) уровню благополучия межличностных отношений

Это дает нам право утверждать, что исследуемый коллектив является благополучным, так как в нем нет изолированных, которых бы вообще никто не выбрал и отверженных, зато 34% исследуемых имеют взаимные выборы, что соответствует сплоченности и благоприятным межличностным отношениям.

Таким образом, метод социометрии показал, что данный коллектив имеет высокий уровень сплоченности, так как в нем отсутствуют «отверженные и изолированные», половина коллектива имеет статус «предпочитаемых», руководитель занимает лидирующее положение в коллективе, что соответствует занимаемой им правильной позиции в отношениях с подчиненными и правильно организованной трудовой деятельности. Все это является показателем благоприятных межличностных отношений и подтверждает результаты предыдущей методики о благоприятном социально-психологическом климате в данном коллективе.

Выявив, что в данном коллективе благоприятная психологическая обстановка, воспользуемся следующей методикой с тем, чтобы выявить положительные и отрицательные факторы, влияющие на межличностные отношения. Для этого выполнили обработку ответов методики межличностных отношений Т. Лири (рисунок 4).

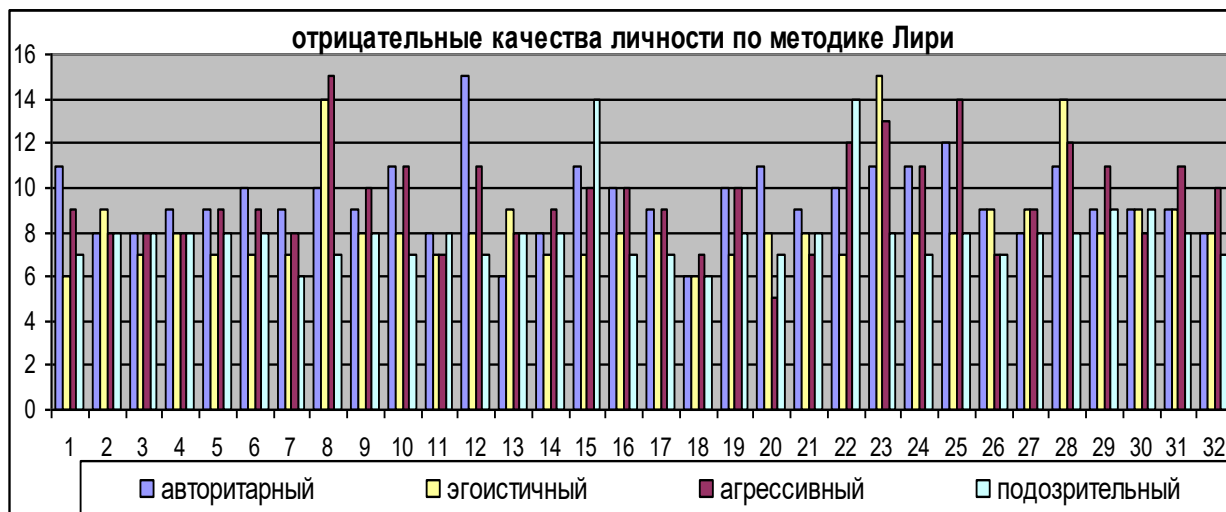


Рисунок 4 – Результаты диагностики отрицательных качеств личности по методике Т. Лири

На диаграмме наглядно видно, что большинство исследуемых в данном коллективе имеют такие качества, как: авторитарность, эгоистичность, агрессивность и подозрительность в норме (в пределах 8–10 баллов).

Но у некоторых исследуемых, эти показатели по одной или двум шкалам значительно завышены, что соответствует таким личностным особенностям, как: требовательность, прямолинейность, откровенность, строгость и резкость в оценке других, непримиримость, склонность во всем обвинять окружающих, насмешливость, ироничность, раздражительность, что свойственно юношескому максимализму.

Так, исследуемые (в порядке уменьшения) под №8, 25, 23, 28 – обладают излишней агрессивностью №12, 25 – излишней авторитарностью №23, 28, 8 – эгоистичностью №15 и 22 – излишне подозрительны.

При сопоставлении с результатами предыдущей методики выявили, что эти исследуемые по числу выборов относятся к «пренебрегаемым», виной чему являются их личностные отрицательные качества

Результаты по шкалам зависимости и подчиняемости показали, что все исследуемые способны подчиняться, послушно и честно выполнять свои обязанности.

Далее выполнили анализ результатов по шкале дружелюбия и альтруизма – противоположной агрессивности и эгоизма, тоже перевели для наглядности в графическую интерпретацию (рисунок 5).



Рисунок 5 – Результаты методики Т. Лири по шкалам, направленным на взаимодействие

Как и в предыдущем случае, норма соответствует 8 баллам, завышение или занижение от нормы является показателем усиления или ослабления данных качеств.

Так, из числа исследуемых наиболее ярко черты дружелюбия (в порядке уменьшения) проявляются у следующих респондентов под №11, 13, 18, 5, 26, 27, 2, 30, а черты альтруизма у №9, 11, 32, 21, 7, 13, 3, 18, 26, 30, 31, в нашем случае ими оказались те респонденты, которые имеют наименьшие показатели по шкале агрессивности. У остальной исследуемой черты агрессивности в большей или меньшей мере погашаются чертами дружелюбия, что приводит к равновесию. Сопоставление с результатами предыдущей методики выявили, что исследуемые, имеющие статус «предпочитаемых», более других обладают качествами дружелюбия и альтруизма.

Таким образом, методика межличностных отношений Т. Лири показала, что исследуемым свойственна агрессивность и дружелюбие примерно в равной степени, нарушение этого дисбаланса приводит к повышенной агрессивности или дружелюбию, влияющих на межличностные отношения. Так, в нашем случае, треть испытуемых (38%) обладают высокой степенью дружелюбия и альтруизма, направленных на взаимодействие, и только 21% испытуемых имеют отрицательные качества, влияющие на межличностное взаимодействие, что подтверждает благоприятный уровень межличностного взаимодействия в данном коллективе.

Далее, выполнили обработку бланков Анкеты «Удовлетворенности деятельностью и коллективом», которая производилась в следующем порядке:

- 1) все отмеченные пункты в анкетах, исследуемых были переведены, согласно условиям методики, в цифровые значения;
- 2) на основании полученных баллов составили сводную таблицу 5, куда были занесены полученные результаты по каждому вопросу;
- 3) суммировали полученные баллы;

94 – 124 – высокий уровень удовлетворенности;

55 – 93 средний уровень удовлетворенности деятельностью и коллективом;

24 – 54 – низкая удовлетворенность деятельностью и коллективом.

На диаграмме (рисунок 6) наглядно видно, что из 32 человек только 4 человека набрали ниже 55 баллов, испытуемые под № 23, 28, 22, 12, 25, 11, 8 (в порядке повышения баллов), что составляет 21,5%, и, согласно условиям методики, соответствует неудовлетворенностью деятельности и коллективом.

12 человек (37,5%) – имеют высокий уровень удовлетворенности, это (в порядке понижения баллов) исследуемые под № 13, 21, 10, 1, (которые согласно социометрии) являются лидерами в данном коллективе, а также исследуемые под № 18, 7, 3, 30, 26, 27, 9, 31, которые, согласно результатам социометрии, являются предпочитаемыми в данном коллективе.



Рисунок 6 – Результаты методики «Удовлетворенности деятельностью и коллективом»

7 человек (21%) имеют низкую удовлетворенность, а остальные исследуемые (40%), набравшие от 55 до 93 баллов имеют средний уровень удовлетворенности.

Полученные результаты перевели в графическую интерпретацию: (рисунок 7).

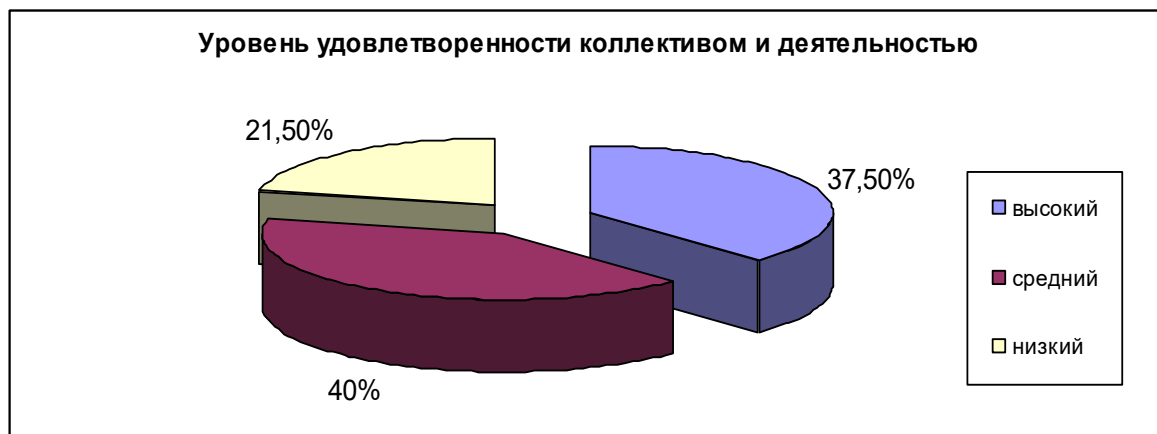


Рисунок 7 – Уровень удовлетворенности коллективом и деятельностью

На диаграмме наглядно видно, что отношение к деятельности и коллективу у большинства испытуемых хорошее и удовлетворительное, что соответствует высокому уровню развития группы.

Таким образом, методика «Удовлетворенности коллективом и деятельностью» показала, что (37,5%) испытуемых имеют высокий уровень удовлетворенности, это: испытуемые под №13,21, 10, 1, которые согласно социометрии, являются лидерами в данном коллективе, а также испытуемые под № 18, 7,3, 30, 26, 27, 9, 31, которые, согласно результатам социометрии, в данном коллективе являются предпочитаемыми.

7 человек (21,5%) – имеют низкий уровень удовлетворенности среди испытуемых, согласно результатам социометрии и относятся к числу «принебрегаемых». Остальные испытуемые (40%), набравшие от 55 до 93 баллов имеют средний уровень удовлетворенности. В графической интерпретации это выглядит так: большинство респондентов, в большей степени удовлетворены, как организацией трудовой деятельности, так и коллективом.

Анализ и интерпретация результатов, обработка данных математико-статистическим методом.

Для того, чтобы выявить наличие взаимосвязи между межличностными отношениями и удовлетворенностью коллективом и деятельностью воспользовались коэффициентом ранговой корреляции Спирмена.

Для этого, вначале вычислили среднее значение шкал доминирования и агрессивности методики Лири и прокоррелировали с результатом методики «Удовлетворенность коллективом и деятельностью»

В результате чего получили сумму равную 7547,2.

Поставили в формулу цифровые данные вычислений «агрессивности» и «удовлетворенности»:

$$r = 1 - \frac{|6 \times 7547,2|}{32(32^2 - 1)} = 1 - \frac{45283,2}{37736} = 1 - 1,2 = -0,8$$

В результате чего получили отрицательный коэффициент корреляции $R = -0,8$.

Данный показатель соответствует высокой отрицательной связи между агрессивностью и удовлетворенностью, т.е. чем выше уровень отрицательных качеств, влияющих на межличностное взаимодействие, тем ниже удовлетворенность взаимодействия с этими людьми и деятельностью.

Далее, подобным же образом, вычислили среднее значение результатов по шкалам дружелюбия и альтруизма и прокоррелировали с результатом методики «удовлетворенности...»

Полученный результат 628,9 поставили в эту же формулу:

$$r = 1 - \frac{|6 \times 628,9|}{32(32^2 - 1)} = 1 - \frac{3773,6}{37736} = 1 - 0,1 = 0,9$$

В результате чего получили коэффициент ранговой корреляции $R = 0,9$.

Что говорит об очень высокой положительной тесноте связи между дружелюбием и «удовлетворенностью коллективом и трудом», т.е. чем выше уровень дружелюбия, обращения к людям, а значит и взаимоотношения, тем выше удовлетворенность коллективом и деятельностью.

Таким образом, с помощью метода ранговой корреляции Спирмена нам удалось установить тесную взаимосвязь между уровнем межличностных отношений и удовлетворенностью коллективом и трудовой деятельностью. Так, существует высокая отрицательная связь ($R = -0,8$) между агрессивностью и высокая положительная ($R = 0,9$), между дружелюбием и удовлетворенностью трудовой деятельностью.

Заключение.

Проведенное нами эмпирическое исследование в рекламном агентстве «Новый взгляд» по изучению межличностных отношений в коллективе позволило сделать следующие выводы:

1. Посредством методики СПК группы было выявлено, что социально-психологический климат в данном коллективе благоприятный, хотя коллектив и имеет средний социально-демографический статус (невысокое образование и обычные должности). Индекс групповой сплоченности характеризует взаимоотношения как положительные (0,5). Социально психологический климат также положительный, как и отношение к руководителю, который занимает в данном коллективе лидерские позиции (коэффициент лидерских и деловых качеств – 0,78).
2. Метод социометрии показал, что данный коллектив имеет высокий уровень сплоченности, так как в нем отсутствуют «отверженные и изолированные» и только 21,5% относятся к «пренебрегаемым». 12,5% составляют лидеры, в число которых входит и руководитель, 34% – имеет статус «предпочитаемых, что является показателем благоприятных межличностных отношений и подтверждает результаты предыдущей методики, что в данном коллективе благоприятный социально-психологический климат.
3. Методика межличностных отношений Т. Лири показала, что большинству исследуемых свойственна агрессивность и дружелюбие, примерно, в равной степени, а нарушение этого дисбаланса приводит к повышенной агрессивности или дружелюбию, влияющих на межличностные отношения. Так, в нашем случае, только 21% склонны к агрессивности и эгоизму, влияющие отрицательно на межличностное взаимодействие, а 38% испытуемых обладают высокой степенью дружелюбия и альтруизма, направленных на взаимодействие, что

подтверждает благоприятный уровень межличностного взаимодействия в данном коллективе.

4. Методика «Удовлетворенности коллективом и деятельностью» показала, что 37,5% исследуемых имеют высокий уровень удовлетворенности: это исследуемые под № 13, 21, 10, 1, которые согласно социометрии, являются лидерами в данном коллективе, и исследуемые под № 18, 7,3, 30, 26, 27, 9, 31, которые, согласно результатам социометрии, в данном коллективе являются «предпочитаемыми». И только 7 человек (21,5%) – имеют низкий уровень удовлетворенности, среди которых исследуемые, согласно результатам социометрии, относятся к числу «пренебрегаемых». Остальные исследуемые (40%), имеют средний уровень удовлетворенности, которые в большей степени удовлетворены, как организацией трудовой деятельности, так и коллективом.
5. С помощью метода ранговой корреляции Спирмена нам удалось установить тесную взаимосвязь между уровнем межличностных отношений и удовлетворенностью коллективом и трудовой деятельностью. Так, существует высокая отрицательная связь ($R = -0,8$) между агрессивностью и удовлетворенностью трудовой деятельностью, и высокая положительная ($R = 0,9$) между дружелюбием и удовлетворенностью трудовой деятельностью.

Все это подтверждает выдвинутое нами предположение о том, что особенности межличностных коммуникаций и психологический климат трудового коллектива имеет прямое воздействие на удовлетворенность работой сотрудника: чем лучше межличностные коммуникации и психологическая обстановка в трудовом коллективе, тем выше степень удовлетворенности работой.

Таким образом, выдвинутая нами гипотеза подтверждена и доказана.

Рефлексия

Тему для своего диплома я выбрала исходя из своего опыта. Некоторое время я работала в рекламном агентстве и мне стало интересно как влияют межличностные отношения на работу в коллективе.

В работе у меня возникли трудности с людьми для выборки, потому что не многие хотели проходить методики, некоторые говорили, что нет времени. При этом всем я испытывала тревогу, что не смогу набрать людей и у меня не получится сделать хорошо мою работу. Неделю мне отвечали отказом, я была подавлена этой ситуацией, сроки поджимают, а людей нет. Спустя какое-то время мне ответили знакомые, с которыми раньше работала и сказали, что будут рады помочь с моей работой. Меня это очень обрадовало с одной стороны, а с другой немного пугало так как работы предстояло много. Мне было очень тяжело обработать весь материал и собрать воедино так чтобы ничего не упустить и не перепутать. Спустя некоторое время я закончила с обработкой данных и стало намного легче.

В целом у меня остались хорошие воспоминания и ощущения от проделанной работы. Думаю, что за данный период работы я приобрела и познала весьма немало нового и нужного, а кроме того мной был накоплен значительный опыт в исследовательской работе.

Список используемых источников

1. Аверинцев С. С. «Аналитическая психология» К. Г. Юнга и закономерности творческой фантазии // Вопросы литературы. - 2016. - № 3. – С. 14-18.
2. Будаева Э.В. Влияние социально-психологического климата на межличностные отношения в трудовом коллективе // Вестник Бурятского государственного университета. – 2015. – С. 6-15.
3. Васкун И.И. Современные подходы к изучению межличностных отношений в деловых коммуникациях // Научно-методический электронный журнал Концепт. - 2017. - Т. 12. - С. 67-71.
4. Горелов О. Организационное поведение/ О.И. Горелов.М.: МИЭМП, 2015. – С. 8. 315 с.
5. Горская С., Казаченко О.В. Невербальная коммуникация и ее роль в межличностном общении // Диалог языков, культур и литератур в профессионально ориентированном и филологическом аспектах: Сборник научных статей по материалам Международной научно-практической конференции студентов, магистров и аспирантов. ГБОУ ВПО МГПУ; Ответственный редактор М.Н. Николаева. - 2014. - С. 96-98.
6. Гуревич П.С. Психология: учебник для студентов вузов / П. С. Гуревич. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – 320 с.
7. Гуськова Е.А., Ярушкин Н.Н. Взаимосвязь социально-психологических характеристик трудового коллектива с удовлетворенностью работой персонала // Вестник Самарской гуманитарной академии. Серия: Психология. – 2014. – С. 15-17.
8. Евстафьев В.А. Организация и практика работы рекламного агентства: Учебник для бакалавров/В.А.Евстафьев - М.: Дашков и К, 2016. – 512 с.

9. Иванов В.С. Социально-психологическая адаптация к профессиональной деятельности // МИР (Модернизация. Инновации. Развитие). - 2016. - Т. 7. - № 1 (25). - С. 171-175.

10. Казаринова Н.В. Межличностная коммуникация: из истории идей // Дискурс. - 2017. - № 1. - С. 114-122.

11. Калашникова И.В., Килькеева Ю.А. Закономерности межличностных взаимодействий в деловых коммуникациях // Ученые заметки ТОГУ. - 2014. - Т. 5. - № 4. - С. 1145-1149.

12. Кей К. Сама уверенность: Как преодолеть внутренние барьеры и реализовать себя: Учебное пособие / Кей К., Шипман К. - М.:Альпина Пабли., 2016. – 266 с.

13. Кибанов А.Я. Этика деловых отношений: Учебник / А.Я. Кибанов, Д.К. Захаров и др.; Под ред. А.Я. Кибанова; ГУУ - 2-е изд., испр. и доп. - М.: НИЦ Инфра-М, 2012. - 424 с.

14. Комалова Л.Р. Межличностная коммуникация: от конфликта к консенсусу. - Москва, 2016.

15. Конецкая В.П. Социология коммуникаций. Учебник. - М.: Международный университет бизнеса и управления, 2016. – 304 с.

16. Коренецкая И.Н. Межличностная коммуникация в контексте философско-антропологического подхода // Иностранный язык и культура в контексте образования для устойчивого развития международный сборник научно-методических статей. ФГБОУ ВО «Псковский государственный университет». - 2016. - С. 50-57.

17. Латфуллин Г. Организационное поведение / Г.Р. Латфуллин, О.Н. Громова. СПб.: Питер, 2017. – 432 с.

18. Лехтянская Л.В., Воликов О.А. Межгрупповое взаимодействие – важный фактор эффективной организации // Фундаментальные исследования. - 2014. - № 12-3. - С. 578-581.

19. Лысенко Ю.Н. Вопросы влияния организационно-психологического климата на эффективность трудовой деятельности //

Вестник Саратовского государственного технического университета. – 2012. – С. 8-12.

20. Макагонова М. Формы межличностных коммуникаций и их барьеры // Актуальные вопросы менеджмента и экономики: Сборник научных трудов по материалам II Межрегиональной научно-практической конференции, посвященный дню менеджера. Ставропольский Государственный Аграрный Университет. - 2015. - С. 159-163.

21. Менеджмент: Учебное пособие. Издание 3-е, дополненное и переработанное)/ Ответственный редактор И.Г. Максимова. Санкт-Петербург, 2014.

22. Прядко И.П., Пономарева Н.Н. Свобода как фактор межличностной коммуникации в профессиональном научном и студенческом коллективе (историко-культурологический аспект) // Общество - язык - культура: актуальные проблемы взаимодействия в XXI веке сборник трудов. Министерство образования и науки Российской Федерации, Московский институт лингвистики. -Москва, 2017. - С. 185-191.

23. Психология менеджмента: Учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям "Менеджмент организации" , "Управление персоналом" и "Психология" / Столяренко А.М., Амаглобели Н.Д., - 2-е изд., испр. и доп. - М.:ЮНИТИ-ДАНА, 2015. – 455 с.

24. Психология / Караванова Л.Ж. - М.:Дашков и К, 2017. – 264 с.

25. Психология : учеб. пособие / Т.В. Мальцева. — М. : РИОР : ИНФРА-М, 2017. — 275 с.

26. Пудова Н.В., Никитин В.В. Анализ значений коэффициента ранговой корреляции Спирмена // Экономический анализ: теория и практика. – 2014. – С. 204-208.

27. Суханова А.А. Повышение эффективности межличностных коммуникаций сотрудников рекламной компании // Материалы VI Международной студенческой электронной научной конференции «Студенческий научный форум» URL:

www.scienceforum.ru/2014/473/3313 (дата обращения: 05.03.2018).

28. Шамис В.А. Организационное поведение (практикум): Учебное пособие / Омск, 2011.

29. Шаховский В.И. Межличностная коммуникация. для того, чтобы жить вместе // Медиа. Информация. Коммуникация. - 2012. - № 1. - С. 22-24.

30. Явинская Ю.В. «Я» и «другой»: два взгляда на межличностную коммуникацию // PR и реклама в изменяющемся мире: региональный аспект. – 2016. - № 9. - С. 228-233.