



Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«Магнитогорский государственный технический университет им. Г.И. Носова»

Е.М. Зайцева

ДЕЛОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ

*Утверждено Редакционно-издательским советом университета
в качестве учебно-методического пособия*

Магнитогорск
2015

УДК 316.77 (075)
ББК 88.53я7

Рецензенты:

Кандидат философских наук, доцент,
Филиал «Российская академия народного хозяйства и государственной службы
при Президенте Российской Федерации»
в г. Магнитогорске
И.Е. Соловьева

Кандидат технических наук, доцент,
заведующий кафедрой менеджмента,
ФГБОУ ВПО «Магнитогорский государственный технический
университет им. Г.И. Носова»
Д.Б. Симаков

Зайцева Е.М.

Деловые коммуникации [Электронный ресурс] : учебно-методическое пособие / Елена Михайловна Зайцева ; ФГБОУ ВПО «Магнитогорский государственный технический университет им. Г.И. Носова». – Электрон. текстовые дан. (0,70 Мб). – Магнитогорск : ФГБОУ ВПО «МГТУ», 2015. – 1 электрон. опт. диск (CD-R). – Систем. требования : IBM PC, любой, более 1 GHz ; 512 Мб RAM ; 10 Мб HDD ; MS Windows XP и выше ; Adobe Reader 8.0 и выше ; CD/DVD-ROM дисковод ; мышь. – Загл. с титул. экрана.

Учебно-методическое пособие направлено на формирование практических умений в сфере деловой коммуникации, которое невозможно осуществить без глубокого знания теоретико-методологических основ явления коммуникации и деловой коммуникации, в частности. Поэтому содержательная часть пособия построена с учетом необходимости решения этих двух задач одновременно. Умение эффективно организовывать коммуникацию в деловой сфере является основным условием успешности осуществления любой профессиональной деятельности. Соответственно, данное учебно-методическое пособие будет полезно каждому, кто заинтересован в овладении навыками ведения деловых коммуникаций.

Основными формами изучения данного курса являются лекции, практические занятия, решение тестов и контрольных творческих заданий, специально разработанные ролевые игры.

Пособие предназначено для студентов любых форм обучения направления подготовки «Государственное и муниципальное управление». Включает в себя подробный материал для обсуждения на семинарах, что значительно облегчает подготовку к занятиям.

УДК 316.77 (075)
ББК 88.53я7

© Зайцева Е.М., 2015
© ФГБОУ ВПО «Магнитогорский
государственный технический
университет им. Г.И. Носова», 2015

Содержание

1. РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ «ДЕЛОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ»	4
1.1. Цель и задачи программы курса по дисциплине «Деловые коммуникации»	4
1.2. Структура курса. Тематический план	5
1.3. Содержание занятий	5
1.3.1. <i>Природа и сущность деловых отношений</i>	5
1.3.2. <i>Деловые коммуникации</i>	9
1.3.3. <i>Индивидуальные различия коммуникативной деятельности</i>	10
1.3.4. <i>Формы деловых коммуникаций и их применение</i>	11
1.4. Учебно-методические материалы по дисциплине	16
1.4.1. <i>Литература по курсу</i>	16
1.4.2. <i>Перечень контрольных вопросов по курсу</i>	17
2. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ПРЕПОДАВАТЕЛЕЙ	19
3. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ СТУДЕНТОВ	19
3.1. Вопросы для обсуждения	19
3.2. Тестовые задания	20
3.3. Тестирование «Умеете ли вы слушать?»	40
3.4. Тренинг «Техника невербальных коммуникаций»	42
3.5. Сюжетно-ролевая игра «Собеседование»	43
3.6. Перечень примерных тем для написания эссе	47
3.7. Методические рекомендации по написанию эссе	50

1. РАБОЧАЯ УЧЕБНАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

1.1. Цель и задачи программы курса по дисциплине «Деловые коммуникации»

Программа «Деловые коммуникации» предназначена для обучения студентов направления подготовки «Государственное и муниципальное управление».

Цель преподавания курса – ознакомить слушателей с основными теоретическими аспектами современных концепций психолого-социальных основ успешных деловых коммуникаций, сформировать практические знания и навыки оценки и анализа коммуникативных стратегий партнеров по переговорам, а также навыки формирования собственной уникальной стратегии самопрезентации и делового общения по телефону.

Данные навыки являются универсальными и поэтому позволяют наладить, сохранить и развить общение и взаимодействие даже в ситуациях, казалось бы, обреченных на неудачу. Умение правильно составить служебную записку, официальное письмо или приглашение, принять партнера и провести переговоры с ним, разрешить спорный вопрос и наладить взаимовыгодное сотрудничество имеет особенно большое значение для людей, занятых управленческой деятельностью. Во многом от того, насколько они компетентны в деловых коммуникациях, зависит успех их деятельности. Программа предназначена для изучения проблем делового общения и создание эффективных приемов, методов и способов их разрешения.

Задачи курса:

- 1) сформировать систематизированный и научно-обоснованный взгляд на социально-психологическую и информационную природу деловых коммуникаций.
- 2) изучить природу и сущность этики деловых отношений.
- 3) ознакомиться с различными способами, формами и видами коммуникаций в деловой сфере.
- 4) развить эмоциональную компетентность и творческое мышление.
- 5) получить знания в области деловой этики.
- 6) установить содержание делового этикета.
- 7) выявить эффективные стратегии.
- 8) обучить эффективному использованию техники деловых коммуникаций.
- 9) установить индивидуальные различия коммуникативной деятельности.
- 10) применять различные формы деловых коммуникаций.
- 11) ознакомить с информационными ресурсами в области формирования коммуникативных навыков и информационно-психологической поддержки персонала.

Изучение курса носит комплексный характер и включает изучение социальных, психологических и управленческих основ коммуникативной деятельности.

В основу обучения положен принцип практики. Все занятия состоят из двух частей: лекционной (теоретической) и практической. Обучение проводится на основе современных методик с непосредственным использованием различных форм практического обучения: мастер-класс, тренинг, анализ конкретных ситуаций (кейсов), ролевые деловые игры с использованием интернет-мультимедийных ресурсов. В ходе изучения программы курса проводятся практические занятия с использованием программ по соответствующему разделу курса, на которых демонстрируется техника делового общения, отрабатываются соответствующие практические навыки слушателей. В ходе изучения программы слушатели также

могут получить консультации у преподавателей курса по проблемным вопросам, возникающим в процессе осуществления деятельности.

Курс предусматривает также самостоятельную работу слушателей, осуществляемую вне аудиторных и практических занятий, связанную с изучением рекомендованной литературы и выполнением определенных заданий.

После освоения курса у слушатель будет знать об основных теоретических аспектах современных концепций психолого-социальных основ успешных деловых коммуникаций, о природе и сущности этики деловых отношений, о специфике делового этикета, о стратегии и технике деловых коммуникаций, об индивидуальных различиях коммуникативной деятельности, об эмоциональной саморегуляции специалиста.

Кроме этого, слушатель будет уметь применять правила деловой этики и делового этикета, использовать стратегии деловых коммуникаций, применять различные формы деловых коммуникаций, формировать устойчивый позитивный настрой в процессе делового общения.

Студент будет владеть навыками оценки и анализа коммуникативных стратегий партнеров по переговорам, а также навыками формирования собственной уникальной стратегии самопрезентации и делового общения по телефону.

1.2. Структура курса. Тематический план

П/п	Наименование темы	Лекции	Практ. занятия	Сам. работа	Всего
1.	Природа и сущность деловых отношений	3	6	18	27
2.	Деловые коммуникации	3	6	18	27
3.	Индивидуальные различия коммуникативной деятельности	3	6	18	27
4.	Формы деловых коммуникаций и их применение	3	6	18	27
	Всего	12	24	72	108

1.3. Содержание занятий

1.3.1. Природа и сущность деловых отношений

Теоретическая часть. Сущность деловых отношений. Принципы делового поведения. Закономерности межличностных отношений. Понятие закономерности деловых отношений.

Закономерность неопределенного отклика, искажение смысла информации. Этические проблемы деловых отношений. Этический аспект межличностных отношений в различных сферах человеческой деятельности. Понятие об этикете. Основные задачи этикета. Основные подходы к выполнению этикетных норм. Особенности делового этикета.

Деловые отношения - это отношения, которые формируются между людьми в процессе совместной деятельности по вопросам управления и производства. Основой деловых отношений является деловое поведение людей, которое понимается как осуществление работником тех целей, которые ставит перед ним непосредственный руководитель, наделяя ответственностью за их своевременную и качественную реализацию.

Этические принципы деловых отношений – обобщенное выражение нравственных требований, выработанных в общественном сознании, которые указывают на необходимое поведение участников деловых отношений.

Современная деловая этика, по мнению многих ученых, должна основываться на трех важных положениях:

1) создание материальных ценностей во всем многообразии форм рассматривается как изначально важный процесс.

2) прибыль и другие доходы рассматриваются как результат достижения различных общественно значимых целей.

3) приоритет в разрешении проблем, возникающих в деловом мире, должен отдаваться интересам межличностных отношений, а не производству продукции.

Американский социолог Л. Хосмер сформулировал современные этические принципы делового поведения, опирающиеся на аксиомы мировой философской мысли, прошедшие многовековую проверку теорией и практикой:

1) никогда не делай того, что не в твоих долгосрочных интересах или интересах твоей компании (принцип основан на учении древнегреческих философов, в частности Протагора, о личных интересах, сочетающихся с интересами других людей, и различии между интересами долгосрочными и краткосрочными).

2) никогда не делай того, о чем нельзя было бы сказать, что это действительно честное, открытое и истинное, о котором можно было бы с гордостью объявить на всю страну в прессе и по телевидению (принцип основан на взглядах Аристотеля и Платона о личных добродетелях честности, открытости, умеренности и т.п.).

3) никогда не делай того, что не есть добро, что не способствует формированию чувства локтя, так как все мы работаем на одну общую цель (принцип основан на заповедях всемирных религий (св. Августин), призывающих к добру и состраданию).

4) никогда не делай того, что нарушает закон, ибо в законе представлены минимальные моральные нормы общества (принцип основан на учении Т. Гоббса и Дж. Локка о роли государства как арбитра в конкуренции между людьми за благо).

5) никогда не делай того, что не ведет к большему благу, нежели вреду для общества, в котором ты живешь (принцип основан на этике утилитаризма (практической пользе нравственного поведения), разработанной И. Бентамом и Дж.С. Миллем).

6) никогда не делай того, чего ты не желал бы рекомендовать делать другим, оказавшимся в похожей ситуации.

7) никогда не делай того, что ущемляет установленные права других (принцип основан на взглядах Ж.Ж. Руссо и Т. Джефферсона на права личности).

8) всегда поступай так, чтобы максимизировать прибыль в рамках закона, требований рынка и с полным учетом затрат. Ибо максимальная прибыль при соблюдении этих условий свидетельствует о наибольшей эффективности

производства (принцип основан на экономической теории Л. Смита и учении В. Парсю об оптимальной сделке).

9) никогда не делай того, что могло бы повредить слабейшим в нашем обществе (принцип основан на правиле распределительной справедливости Ролса).

10) никогда не делай того, что препятствовало бы праву другого человека на саморазвитие и самореализацию (принцип основан на теории Нозика о расширении степени свободы личности, необходимой для развития общества).

Указанные принципы в той или иной степени присутствуют и признаются справедливыми в различных деловых культурах.

Закономерности межличностных отношений – объективно существующие, важные связи явлений, возникающих в межличностном взаимодействии и оказывающие влияние на его характер. Исследователи выделяют закономерность неопределенности отклика, закономерность неадекватности, закономерность искажения смысла информации, закономерность психологической самозащиты.

Закономерность неопределенности отклика – закономерность, сущность которой состоит в зависимости восприятия людьми внешних воздействий от различия их личных особенностей, конкретной ситуации, в которой происходит воздействие, особенностей передачи воздействия. Изучение механизма данной закономерности позволяет ответить на ряд вопросов, возникающих в процессе межличностного взаимодействия: почему другой человек не сделал то, о чем вы его просили, почему ваши слова, действия, указания обидели другого человека и т.п.

Закономерность искажения смысла информации – объективная закономерность межличностных отношений; действует тем сильнее, чем большее число людей использует какой-либо массив информации на входе и на выходе любого процесса.

К этическим проблемам деловых отношений можно отнести следующие: соотношение целей и средств их достижения, соотношение личных и общественных интересов, выбор между краткосрочной выгодой и долгосрочным результатом, соотношение материальных и духовных ценностей при принятии решений. В современных условиях на макроуровне ключевые этические проблемы деловых отношений возникают в следующих областях: отношения между организациями, отношения между организациями и государством, отношения между организациями-производителями и потребителями, отношения между организациями и владельцами (инвесторами), отношения между организациями и местными сообществами, отношения между организациями и окружающей средой.

Между организациями, действующими в одной и той же сфере, неизбежна конкуренция, в процессе которой обязательно встает вопрос о выборе средств победы над конкурентом. Экономические меры имеют, однако, обратную – моральную сторону: до какой степени конкуренция может продолжаться, не нарушая моральных норм и принципов, принятых в обществе.

К настоящему времени сложилось несколько концепций, относящихся к проблеме взаимоотношения организаций и государства, организаций и общества в целом. В соответствии с неоконсервативной концепцией, основывающейся на классических буржуазно-индивидуалистических взглядах, недопустимо вмешательство в дела организации со стороны, как государства, так и общества. Считается, что организация, максимально использующая предоставленную свободу, будет получать более высокую прибыль и тем самым приносить пользу обществу. Представители второй, более популярной концепции, утверждают, что организация является частью общественной структуры и в качестве общественного института не

только должна испытывать влияние со стороны общества и государства, но и регулироваться и контролироваться как «снизу», так и «сверху». Снизу – членами общества при помощи формирования общественного мнения по поводу оценки деятельности организации и качества ее продукции. Сверху – специальными государственными структурами и законами, прежде всего, по таким направлениям, как регулирование деятельности организаций в целях обеспечения эффективности экономики; регулирование отношений организаций-производителей и потребителей; регулирование действий организаций в отношении окружающей среды.

Проблема отношений между организациями-производителями и потребителями возникает очень часто. В конечном счете, хотя организация и стремится к получению максимально высокой прибыли, ее деятельность будет успешной только в случае, если она дает потребителям то, что они хотят. Продукция не будет продана, если она не соответствует потребительским стандартам или на нее назначена неприемлемая цена. Система отношений между организациями-производителями и потребителями будет успешно работать при выполнении двух условий: если потребитель получает достаточно адекватную и точную информацию о продукции, с тем чтобы он мог принять обоснованное решение, и если потребитель свободен в выборе того, что он хотел бы купить. Организации должны обеспечивать безопасность своей продукции, улучшать стандарты контроля качества, ее внешнего вида и рабочих характеристик продукции.

Другая важная моральная проблема отношений между организациями-производителями и потребителями – реклама. Реклама важна в процессе конкуренции между организациями и для формирования потребностей потенциальных покупателей. Однако здесь появляется проблема точности, правдивости получаемой потребителями информации. Даже за безвредным, на первый взгляд, преувеличением следует возникновение моральных проблем: потребитель, не получая точной информации, лишен свободного, обоснованного, разумного выбора. Еще одна важная моральная проблема, связанная с рекламой, это проблема манипулирования потребителем, навязывания ему ненужной продукции, создания у него потребностей и желаний, которые в процессе реальной жизни возникнуть не могли.

Моральные проблемы возникают и в отношениях организаций с местным сообществом – участие организаций в обеспечении его экономической стабильности, развитии инфраструктуры местности, создании новых рабочих мест, сохранении предприятий, от которых зависит существование и благосостояние этих сообществ. На организациях также лежит «моральный долг филантропии», заключающийся в поддержке неприбыльных предприятий, важных как для существования определенного местного сообщества, так и для культурного и социального развития регионов (образование, медицина, благоустройство и организация досуга).

Взаимоотношения между организациями и окружающей средой являются одной из острейших проблем современности. Обострение экологической ситуации на планете оказало на предпринимательство двойственное воздействие. С одной стороны, возникла новая и обширная сфера приложения капитала, с другой стороны, возросли затраты капитала.

Под деловым этикетом понимается свод правил и норм целесообразного поведения партнеров по совместному делу, обеспечивающий уважение личности и соблюдение правовых, финансовых и этических обязательств.

Выделяют пять основных принципов бизнес-этикета:

1) принцип разумного эгоизма – выполняя свои рабочие функции, не мешай другим выполнять свои.

2) принцип позитивности – если нечего сказать приятного или положительного, лучше молчать. К другим проявлениям этого принципа относятся:

2.1. не сплетничайте и не передавайте слухи. Вы думаете, что вы запускаете копье. На самом деле, вы запускаете бумеранг.

2.2. не допускайте обсуждения физических достоинств или недостатков кого бы то ни было, а также дискриминации по полу или расовой принадлежности.

2.3. если ваше остроумие унижает других – воздержитесь от такого остроумия.

3) принцип предсказуемости поведения в различных бизнес-ситуациях .

4) признание только статусных различий.

5) принцип уместности: определенные правила в определенное время, в определенном месте, с определенными людьми.

Практическая часть. Групповое обсуждение принципов деловых отношений. Групповое обсуждение на тему «Принципы ключевого партнерства в деловом общении». Тестирование для проверки усвоения учебного материала.

1.3.2. Деловые коммуникации

Теоретическая часть. Понятие и виды деловых коммуникаций. Категории субъектов деловой коммуникации. Стратегии влияния и манипулирования в деловых коммуникациях. Вербальные и невербальные средства коммуникаций. Слушание в деловой коммуникации.

Коммуникацию можно определить как социальное взаимодействие посредством передачи информации. Коммуникативность – неотъемлемое свойство любой социальной практики. Существует различные основания для классификации коммуникации. Выделение категории деловой коммуникации связано с таким основанием для классификации, как сфера осуществления коммуникации. Осуществление деловой коммуникации характерно для социальных практик, связанных с управлением обществом и процессом общественного труда. Главной особенностью деловой коммуникации является ее формальный характер, связанный с наличием четких установленных правил и стандартов организации и ведения коммуникации.

Исследователи в области деловых коммуникаций классифицируют их по различным основаниям. Наиболее полное основание для классификации, позволяющее выделить все возможные виды деловой коммуникации, заключается в использовании того или иного канала коммуникации (визуального, аудиального, аудиально-визуального), которые отличаются между собой использованием или неиспользованием технических средств коммуникации, а, следовательно, и способами кодирования информации. В зависимости от данного основания выделяют следующие виды деловой коммуникации: 1) невербальная деловая коммуникация (используется естественный визуальный канал коммуникации); 2) непосредственное устное общение (используется естественный аудиальный канал коммуникации, предполагающий использование устной речи в качестве способа кодирования информации); 3) опосредованное устное общение (используется искусственный аудиальный канал коммуникации, предполагающий использование технических средств, например, телефона, а также устной речи в качестве способа кодирования информации); 4) письменная коммуникация (используется

искусственный визуальный канал коммуникации, предполагающий использование материальных носителей информации и письменной речи в качестве способа кодирования информации); 5) данный вид коммуникации возникает при использовании искусственного аудиально-визуального канала коммуникации, предполагающий использование устной речи в качестве способа кодирования информации, а также технических средств, с помощью которых возможно осуществление видеозвонков.

Следует отметить, что первые два вида деловой коммуникации выделяются в разные категории только теоретически. На практике, как правило, эти два канала коммуникации работают одновременно, объединяясь в естественный аудиально-визуальный канал коммуникации.

Рассматривая основные особенности манипулирования в деловых коммуникациях, следует отметить подход американского психолога Э. Шострома к основным стратегиям поведения манипуляторов в коммуникативном взаимодействии: 1) активный манипулятор – пытается управлять другими с помощью активных методов. Он не демонстрирует слабость в отношениях, а играет роль человека, полного сил, используя свое социальное положение; 2) пассивный манипулятор – играет роль беспомощного и угнетенного человека, побеждает вялостью и пассивностью, позволяя активному манипулятору думать и работать за него; 3) манипулятор, который соревнуется – относится к жизни как к состоянию, что требует постоянной бдительности, поскольку можно выиграть или проиграть; 4) равнодушный манипулятор – играет в индифферентность. Пытается отойти от контактов, однако в действительности его поведение связано с возможностью обыграть партнера.

Практическая часть. Кейс «Стратегии влияния и манипулирования в деловых коммуникациях». Тренинг «Техника невербальных коммуникаций». Тестирование «Умеете ли вы слушать?» Тестирование для проверки усвоения учебного материала.

1.3.3. Индивидуальные различия коммуникативной деятельности

Теоретическая часть. Коммуникативный потенциал личности. Индивидуальный стиль делового общения. Гендерные различия деловых коммуникаций. Индивидуальный подход как основа эффективных коммуникаций. Влияние гендерных стереотипов на качество деловых коммуникаций.

Под коммуникативным потенциалом личности понимается характеристика возможностей человека, которые определяют качество его коммуникации в единстве трех составляющих: 1) коммуникативные свойства личности характеризуют развитие потребности в коммуникации, отношение к способу общения; 2) коммуникативные способности – способность владеть инициативой в общении, способность проявить активность, эмоционально откликаться на состояние партнеров по общению, сформировать и реализовать собственную программу общения, способность к самостимуляции и взаимной стимуляции в общении; 3) коммуникативная компетентность – знание норм и правил общения, владение его технологией.

Понятие коммуникативного потенциала личности используется в нескольких аспектах:

1) коммуникативный потенциал личности является динамической системой, которая развивается системой свойств и способностей: она приобретает в реальных условиях взаимодействия с другими людьми и в реальном общении с

ними. Это система форм, средств, путей интеграции своей деятельности с деятельностью других.

2) коммуникативные свойства характеризуют личность через ее возможности как конкретного и реального участника совместной с другими людьми деятельности и определяют эффективность такого участия, а, соответственно, глубину и полноту вхождения в совместную деятельность и сотрудничество, полноценность вхождения в группу, в кросс-культурное пространство.

3) в особых видах деятельности и конкретных ситуациях общения эти свойства выступают как внутренние резервы личности, обеспечивающие эффективность ее действий.

При рассмотрении вопроса о гендерном аспекте деловой коммуникации необходимо более подробно рассмотреть сложившиеся стереотипы относительно особенностей ведения деловой коммуникации мужчинами и женщинами, а также тот факт, какое влияние они оказывают на качество и результативность коммуникативного процесса.

Практическая часть. Кейс «Влияние гендерных особенностей на качество деловых коммуникаций в условиях кризиса». Практическое занятие «Методика изучения гендерного стиля поведения в процессе деловой коммуникации». Сюжетно-ролевая игра «Собеседование». Тестирование для проверки усвоения учебного материала.

1.3.4. Формы деловых коммуникаций и их применение

Теоретическая часть. Деловая беседа, особенности ее проведения. Деловой разговор по телефону. Деловые совещания. Дискуссия и спор как формы деловых коммуникаций.

Одной из основных форм делового общения является деловая беседа, к основным функциям которой относятся:

- 1) взаимное общение работников из одной деловой сферы;
- 2) совместный поиск, выдвижение и оперативная разработка рабочих идей и замыслов;
- 3) контроль и координирование уже начатых деловых мероприятий;
- 4) поддержание деловых контактов;
- 5) стимулирование деловой активности.

Основными этапами деловой беседы являются:

1) подготовительные мероприятия: место деловой беседы выбирается с учётом его влияния на ожидаемый результат. Для лиц, не работающих в фирме, наиболее удобным местом будет служебный кабинет приглашающего или специальная комната для гостей, оборудованная всем необходимым;

2) начало беседы:

2.1. установление контакта с собеседником.

2.2. создание рабочей атмосферы.

3.3. привлечение внимания к деловому разговору. Любая деловая беседа начинается со вступительной части, на которую отводится до 10 – 15 % времени. Она необходима для создания атмосферы взаимопонимания между собеседниками и снятия напряженности.

3) информирование присутствующих – передача сведений, с которыми человек должен познакомить их. Такая передача должна быть точной, ясной (отсутствие двусмысленности), профессиональной и по возможности наглядной (наглядные

пособия). При этом следует сообщить присутствующим источник информации человека.

4) аргументирование выдвигаемых положений. После информирования присутствующих и ответов на вопросы наступает основной этап деловой беседы – обоснование выдвигаемых положений. На этом этапе формируется предварительное мнение, занимаемые позиции собеседников. С помощью аргумента можно полностью или частично изменить позицию и мнение собеседника, смягчить противоречия, критически рассмотреть положение и факты, изложенные обоими собеседниками.

5) завершение беседы. Успешно завершить беседу – это значит достигнуть заранее намеченных целей. На последнем этапе беседы решают следующие задачи: 1) достижение основной цели; 2) обеспечение благоприятной атмосферы; 3) стимулирование собеседника к выполнению намеченных действий.

Деловой разговор по телефону – форма устного делового общения, предполагающая соблюдение определенных установленных правил ведения данной коммуникации. Поведение во время телефонного разговора: 1) представиться, произносить слова в трубку четко; 2) узнать, есть у собеседника время на разговор (если нет – спросить позволения перезвонить); 3) доброжелательность; 4) прямо не возражать, слушать собеседника, не перебивая; 5) периодически менять темы и интонацию разговора; 6) избегать использования слов, «отяжеляющих» разговор, выводящих его за пределы круга деловых вопросов; 7) эффективно использовать паузу; 8) в конце разговора уточнить его перспективы.

Деловое совещание – это общепринятая форма делового общения по обсуждению производственных вопросов и проблем, требующих коллективного осмысления и решения. Коммуникантами в этой ситуации становятся коммуникативный лидер (например, руководитель подразделения, отдела или один из ведущих сотрудников, которому поручено подготовить и провести совещание) и участники совещания, как правило, специалисты, в чье компетенции находится данная проблема, или те, кому придется ее решать.

Типы совещаний: совещания по планированию; совещания по мотивации труда; совещания по внутрифирменной организации; совещания по контролю за деятельностью работников; совещания, специфические для фирмы.

Подготовка совещания.

Цель совещания – это описание ожидаемого результата, нужного типа решения, желательного итога работы. Чем более точно и в нужном направлении сформулирован предмет обсуждения, тем больше шансов получить нужный результат. Очень важно выносить на совещание лишь те темы, которые не удастся решить отдельным специалистам в рабочем порядке.

Повестка дня – это, как правило, письменный документ, получаемый участниками совещания заранее и содержащий следующую информацию:

- тема совещания;
- цель совещания;
- перечень обсуждаемых вопросов;
- время начала и окончания совещания;
- место, где оно будет проходить;
- фамилии и должности докладчиков;
- время, отведенное на каждый вопрос;
- место, где можно ознакомиться с материалами по каждому вопросу.

Когда участники совещания информированы заранее о предмете обсуждения, тогда они могут не только предварительно ознакомиться с материалами, но и продумать конструктивные предложения по решению проблем.

Время проведения. Целесообразно проводить деловые совещания в определенный день недели (за исключением внеплановых, экстренных заседаний), желательно в конце рабочего дня или во второй его половине.

Число участников. Оптимальное число участников 6 – 7 человек. Не надо приглашать на совещание всех, а только тех, в чьей компетентности находится обсуждаемая проблема и кто способен решить вопрос. Увеличение числа приглашенных резко снижает средний коэффициент участия присутствующих, удлинняя совещания. Кроме того следует разрешить уход с совещания тех работников, чей вопрос уже обсужден, и приходить специалистам не на все совещания, а только на момент обсуждения его проблемы. Лучше, если руководитель делегирует полномочия вести совещание тем специалистам, кто наиболее компетентен в обсуждаемой проблеме. Во-первых, это способствует повышению ответственности за принимаемые решения у разных работников, а во-вторых, повышает активность участников по генерированию идей или конструктивных предложений.

Замечено, что когда совещание ведет первый руководитель, да еще в авторитарном стиле, то участники такого совещания стараются «не высываться», думают не столько о проблеме, сколько о самосохранении и зачастую «одобряют» решение, предложенное руководителем, даже не считая его эффективным.

Организация пространственной среды. Рекомендуются рассаживать участников таким образом, чтобы люди видели глаза, лицо, мимику, жесты друг друга. Это способствует наилучшему восприятию информации. Но необходимо позаботиться о совместимости персонала. Установлено, что при прочих равных условиях чаще начинают конфликтовать люди, сидящие друг против друга, и реже – те, которые сидят рядом. Не привлекая внимания к этому, надо посадить участников так, чтобы не оказались напротив друг друга те, кто может помешать совещанию.

Дискуссия – процесс продвижения и разрешения проблем путем сопоставления, столкновения, ассимиляции, взаимообогащения предметных позиций участников (мнений участников по сути решаемой проблемы). Выделяют этапы деловой дискуссии:

- 1) вступление в контакт;
- 2) постановка проблемы (что обсуждается, зачем, в какой степени нужно решить проблему, какова цель дискуссии);
- 3) уточнение предмета общения и предметных позиций (мнений) участников;
- 4) выдвижение альтернативных вариантов;
- 5) конфронтация участников;
- 6) обсуждение и оценка альтернатив, поиск элементов сходства;
- 7) установление согласия через выбор наиболее приемлемого или оптимального решения.

Неэффективная дискуссия часто завершается на этапе выдвижения альтернативных позиций и конфронтации участников, не выходя на уровень совместного решения проблемы. Возможны различные способы вступления в контакт: «пристройка сверху» - «снизу» - «на равных» (через позу, взгляд, темп речи, инициативу), например, выпрямленная поза с подбородком, параллельным земле, с жестким немигающим взглядом или отсутствие контакта глаз, медленная речь с

паузами олицетворяют «доминирование сверху», и напротив, приниженная поза, постоянные движения глаз вверх – вниз, быстрый темп речи свойственны при позиции «подчинения снизу». Раскованность, мышечная освобожденность, синхронизация темпа речи, равенство ее громкости демонстрируют общение «на равных».

Для деловой дискуссии очень важен предмет общения и отношение участников к нему. Способность понимать предметные позиции партнеров (то есть представление о ситуации, о проблеме) и свою собственную предметную позицию – необходимое условие успеха делового общения. В дискуссии велика роль ведущего (посредника). Он должен:

1) сформулировать цель и тему дискуссии (что обсуждается, зачем нужна дискуссия, в какой степени следует решить проблему). Целью дискуссии может быть: 1) сбор и упорядочивание информации по обсуждаемой проблеме; 2) поиск альтернативных подходов к решению проблемы, их обоснование; 3) выбор оптимальной альтернативы.

2) установить время дискуссии (20 – 30 – 40 минут или более).

3) заинтересовать участников дискуссии (изложить проблему в виде некоторого противоречия).

4) добиться однозначного понимания проблемы всеми участниками, проверив это контрольными вопросами или попросив участников задавать вопросы.

5) организовать обмен мнениями (желающими или по порядку).

6) активизировать пассивных (обратиться к молчащему с вопросом, с просьбой помочь).

7) собрать максимум предложений по решению обсуждаемой проблемы (свои предложения высказать после того, как выслушаны мнения всех участников).

8) не допускать отклонений от темы (тактично останавливать, напоминать о целях дискуссии).

9) уточнять неясные положения, пресекать оценочные суждения о личности участников.

10) помогать группе прийти к согласованному мнению.

В конце дискуссии – четкое подведение итогов, формулировка выводов, совокупности решений, сопоставление целей дискуссии с полученными результатами, подчеркнуть вклад каждого в общий итог, похвалить, поблагодарить участников.

Спор – это характеристика процесса обсуждения проблемы, способ ее коллективного исследования, при котором каждая из сторон, аргументируя (отстаивая) и опровергая (оппонируя) мнение собеседника (противника), претендует на монопольное установление истины.

В процессе ведения спора в явном или скрытом виде проявляется некоторое противоречие, которое позволяет сформулировать проблему. В ходе коллективного обсуждения либо происходит разрешение проблемы, либо каждая из противоборствующих сторон остается при своем мнении.

Исследователи выделяют семь вариантов протекания дискуссии-спора:

1) эвристический подход к ведению спора, когда одна из сторон, не настаивая на своем подходе к решению проблемы, используя методы убеждения, интуицию и

здравый смысл, постепенно склоняет к своей точке зрения другого или других собеседников, участников спора.

2) логический подход к ведению спора, для которого характерны жесткий логический анализ и аргументация, благодаря чему, следуя приемам и правилам формальной логики, участники дискуссии приходят к некоторому окончательному выводу.

3) софический подход к ведению спора, при котором одна из сторон стремится победить своего оппонента любым, даже логически неправильным путем, используя так называемые софизмы.

4) авторитарный подход к ведению спора, когда одна из сторон, опираясь на авторитеты либо используя свой авторитет, а нередко и власть, навязывает свою точку зрения другим.

5) критикующий подход к ведению спора, когда одна из сторон всецело акцентирует внимание лишь на недостатках, слабых местах и позициях своих оппонентов, не хочет и не стремится увидеть позитивные элементы в противоположной точке зрения и не может предложить свое решение.

6) демагогический подход к ведению спора, который заключается в том, что одна из сторон ведет спор не ради истины, а скорее всего для того, чтобы увести дискуссию в сторону от истины, преследуя при этом свои личные, часто неизвестные участникам спора цели.

7) прагматический подход к ведению спора заключается в том, что одна или каждая из сторон ведет спор не только ради истины, но ради своих практических, иногда меркантильных целей, которые скрыты и неизвестны собеседникам.

Цели ведения спора, в зависимости от того, направлены они на решение обсуждаемой проблемы или, наоборот, на то, чтобы создать дополнительные проблемы и барьеры, могут быть разделены на две группы: конструктивные и деструктивные.

Перечислим наиболее характерные конструктивные цели ведения дискуссии, спора:

1) обсудить все возможные варианты решения проблемы.

2) выработать коллективное мнение, коллективную позицию по какому-либо вопросу.

3) привлечь внимание к проблеме как можно больше заинтересованных и компетентных лиц.

4) опровергнуть ненаучный, некомпетентный подход к решению проблемы, разоблачить ложные слухи.

5) привлечь на свою сторону как можно больше лиц, готовых к сотрудничеству.

6) оценить возможных единомышленников и противников.

Деструктивные цели, которые могут быть целями отдельных групп и участников спора:

1) расколоть участников спора на две непримиримые группы.

2) завести решение проблемы в тупик.

3) опорочить идею и ее авторов.

4) превратить дискуссию в схоластический спор.

5) используя заведомо ложную информацию, повести спор по ложному пути.

6) разгромить инакомыслящих, дискредитировать оппозицию.

Практическая часть. Групповое обсуждение по теме: «Эффективные деловые коммуникации в условиях кризиса». Тренинг «Деловой разговор по телефону».

Мастер-класс «Разработка программы проведения эффективного делового общения». Тестирование для проверки усвоения учебного материала. Тренинг «Релаксация». Тренинг «Медитация».

1.4. Учебно-методические материалы по дисциплине

1.4.1. Литература по курсу

1. Айзенк Г.Дж. Узнай свой собственный коэффициент интеллекта / пер. с англ. Кострома: Ай Кью, 1993. 170 с.
2. Бакирова Г.Х. Психологические аспекты делового общения. СПб.: 1997.
3. Баронин А.С. Этническая психология. Киев: Тандем, 2000. 264 с.
4. Батаршев А.В. Психодиагностика способности к общению, или как определить организаторские и коммуникативные качества личности. М.: ВЛАДОС, 2001. 176 с.
5. Бодалев А.А. Психология общения. М.: Изд-во ПРИОР, 1996.
6. Бороздина Г.В. Психология делового общения: учебник. 2-е изд. М.: ИНФРА. М.: 2002.
7. Вачков И.В. Основы технологии группового тренинга. Психотехники: уч. пос. М.: Изд-во Ось-89, 2003. 224 с.
8. Дерябо С.А., Ясвин В.А. Гроссмейстер общения: иллюстрированный самоучитель психологического мастерства. М.: Смысл, 2005. 192 с.
9. Карнеги Д. Как вырабатывать уверенность в себе и влиять на людей, выступая публично. Как перестать беспокоиться и начать жить / пер. с англ. М.: Прогресс, 1989. 448 с.
10. Козлов Н.И. Как относиться к себе и людям, или Практическая психология на каждый день. 4-е изд., перераб. и доп. М.: АСТ-ПРЕСС КНИГА, 2003. 336 с.
11. Крегер О., Тьюсон Дж.М. 16 типов личности, определяющих, как мы живем, работаем и любим / пер. с англ. М.: Персей, Вече, АСТ, 1995. 544 с.
12. Кроль Л.М., Михайлова Е.Л. Человек-оркестр: микроструктура общения. М.: 1993.
13. Льюис Д. Тренинг эффективного общения. М.: Изд-во ЭКСМО, 2002. 224 с.
14. Монтень М.Э. Опыты / пер. с франц. М.: Правда, 1991. 656 с.
15. Мысль. Разум. Интеллект. Практическое руководство по развитию умственных способностей / пер. с англ. М.: Изд. Дом Ридерз Дайджест, 2003. – 320 с.
16. Пиз А. Язык телодвижений / пер. с англ. Н. Новгород: Ай Кью, 1992. 262 с.
17. Рюкле Х. Ваше тайное оружие в общении. Мимика, жест, движение. М.: 1996.
18. Сизанов А. Тесты и психологические игры. Ваш психологический портрет. Минск: Полымя, 2000. 576 с.
19. Тимченко Н.М. Искусство делового общения. Харьков, 1992.
20. Фадеева Е.И. Лабиринты общения: учебно-методическое пособие. М.: ЦГЛ, 2003. 96 с.
21. Фаст Д. Язык тела. Холл Э. Как понять иностранца без слов / пер. с англ. М.: Вече, Персей, АСТ, 1995. 432 с.
22. Фишер Р., Юри У. Путь к согласию или переговоры без поражения. М.: 1992.

23. Холопова Т.И., Лебедева М.М. Протокол и этикет: для деловых людей. М.: 1995.
24. Хофф Р. Я вижу вас голыми. Как подготовиться к презентации и с блеском ее провести / пер. с англ. М.: Класс, 1996. 224 с.
25. Цветков Э. Тайные пружины человеческой психики, или как расширить сферу своего влияния. М.: 1993.
26. Шейнов В.П. Конфликт. Минск: 1996.
27. Шейнов В.П. Психология и этика делового контакта. Минск: 1996.
28. Шостром Э. Анти-Карнеги, или человек – манипулятор / пер. с англ. Минск: Полифакт, 1992. 128 с.
29. Юнг К. Психологические типы. М.: Алфавит, 1991.
30. Юри У. Преодолевая «нет», или Переговоры с трудными людьми. М.: Наука, 1993.

1.4.2. Перечень контрольных вопросов по курсу

1. Содержание и история происхождения термина «этика».
2. Что представляет собой предмет «деловая этика»?
3. Охарактеризуйте понятие «деловая обязательность». Почему важно его соблюдение предпринимателями?
4. Дайте характеристику и назовите основополагающие принципы управленческой этики.
5. Понятие модели поведения.
6. Какие модели поведения существуют?
7. Раскройте содержание идеи самопрезентации.
8. Критерии выбора модели поведения.
9. Понятие деловой сферы общения.
10. Виды общения по характеру и содержанию.
11. Цель использования невербальных средств общения.
12. Что включается в понятие «деловое общение»? Охарактеризуйте виды делового общения.
13. Раскройте содержание понятия «деловая беседа» и назовите ее задачи.
14. Какие функции выполняет деловая беседа?
15. Как можно активизировать собеседников в процессе деловой беседы?
16. Назовите основные вопросы, которые активизируют участников беседы.
17. Каким критериям отвечает стратегия переговоров?
18. Понятие позиционного спора и его роль в переговорах.
19. Какие переговоры называются принципиальными? В чем их особенности?
20. Какие требования предъявляются к тактике общения?
21. Назовите основные стили делового совещания.
22. Охарактеризуйте возможные формы поведения руководителя при проведении делового совещания.
23. Чем заканчивается деловое совещание?
24. Чем отличается краткий протокол от полного?

25. Дайте характеристику средствам воздействия на слушателя.
26. Назовите основные правила, с помощью которых можно привлечь внимание аудитории.
27. Какие средства используются оратором для воздействия на слушателей при публичных выступлениях?
28. Охарактеризуйте факторы, существенно влияющие на коммуникативное общение.
29. Что означают такие принципы речевого воздействия, как доступность и ассоциативность?
30. На чем основывается эффект визуального имиджа, используемый в деловой риторике?
31. Каково значение таких риторических приемов, как эффект аргументации и квантового выброса информации?
32. Как выявляется тезис доказательства при споре?
33. Что означают ошибки в тезисах при споре?
34. В чем состоит специфика спора при слушателях?
35. Назовите два основных типа слушателей.
36. Что означает понятие «межличностный конфликт»?
37. Какие существуют методы разрешения межличностных конфликтных состояний?
38. Какое поведение является наиболее целесообразным при конфликтной ситуации?
39. Что является источником конфликта?
40. Охарактеризуйте различные стили проведения в конфликтной ситуации.
41. Роль сознания и подсознания в конфликтной ситуации.
42. Значение невербального языка для делового общения.
43. В чем заключается особенность невербального общения?
44. Роль тактильных контактов в невербальном общении.
45. Раскройте понятие «проксемические» особенности невербального общения.
46. На какие зоны можно разделить размеры личной пространственной территории?
47. Назовите основные позиции двух людей за прямоугольным столом.
48. Для чего служит «средняя линия» стола переговоров?
49. Понятие визуального контакта.
50. Значение паралингвистических особенностей невербального общения.
51. Раскройте содержание понятия «речевой этикет».
52. Назовите этикетные правила приветствия деловых людей.
53. Назовите этикетные нормы представления деловых людей.
54. Что означает принцип эмоциональной нейтральности при разговоре начальника с подчиненными?
55. Как должен оценивать руководитель труд подчиненных согласно речевому этикету?
56. Что означает активное и пассивное выслушивание в речевом этикете?

57. Понятие дистантного общения.

58. Какие этикетные правила включает в себя служебный разговор по телефону?

59. Дайте определение понятия «имидж».

60. Назовите три группы приоритетных качеств, способствующих решению проблемы имиджа.

61. В чем состоит искусство самопрезентации при создании имиджа?

62. Понятие служебного этикета и его функции.

63. Какими качествами должен обладать современный руководитель?

64. Раскройте принципы и нормы нравственного поведения руководителя.

65. Какие способы воздействия партнеров друг на друга включаются в содержание общения?

66. В чем различие косвенного и прямого общения?

67. Роль телефонной связи в деловом общении.

2. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ПРЕПОДАВАТЕЛЕЙ

Методика преподавания представленного курса предполагает чтение лекций, проведение семинарских и практических занятий, групповых обсуждений, проведение тренингов, анализ реальных организационных ситуаций, консультаций по отдельным (наиболее сложным) вопросам курса, тестирование по разделам курса.

Предусмотрена также самостоятельная внеаудиторная работа слушателей в процессе подготовки к семинарским занятиям, которая заключается в самостоятельном изучении основной и дополнительной литературы, а также выполнении специальных заданий.

Осуществляется промежуточный контроль знаний слушателей в форме опроса на занятиях, обязательного промежуточного тестирования.

Занятия ведутся в аудиториях, оснащенных современным мультимедийным оборудованием.

Слушатели обеспечиваются раздаточными учебными материалами (учебно-методическими пособиями, информационными и справочными материалами) по тематике обучения на бесплатной основе.

3. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ СТУДЕНТОВ

3.1. Вопросы для обсуждения

1. Что такое этика деловых отношений?

2. Каковы принципы этики деловых отношений и делового поведения?

3. Что такое «закономерность деловых отношений»?

4. В чем заключается этический аспект межличностных отношений в различных сферах человеческой деятельности?

5. В чем состоит коммуникативная сторона деловых отношений?

6. Каковы этические проблемы деловых отношений?

7. Каково понятие профессиональной и деловой этики?

8. Что такое этикет?

9. Каковы задачи этикета?

10. Каким образом выполняются этикетные нормы?

11. Каковы виды этикета и их характерные особенности?

12. Что такое деловая коммуникация?
13. Каковы виды деловых коммуникаций?
14. В чем заключаются особенности вербальных и невербальных средств коммуникаций?
15. В чем состоит коммуникативный потенциал личности?
16. Каковы гендерные различия деловых коммуникаций?
17. Каким образом гендерные стереотипы влияют на качество деловых коммуникаций?
18. Каковы особенности деловой беседы?
19. Каковы правила проведения деловой беседы?
20. В чем состоит специфика делового разговора по телефону?
21. Каким образом проводятся деловые совещания, дискуссии и споры?
22. Каково понятие и особенности эмоциональной саморегуляции?
23. В чем заключаются основные методы работы с эмоциональным состоянием?
24. Какова специфика саморегуляции состояний в профессиональной деятельности?
25. Каким образом можно избежать эмоционального напряжения?
26. Каковы симптомы и способы снижения эмоционального сгорания?

3.2. Тестовые задания

Вариант 1

1. Обмен информацией между людьми – это:
 - А) коммуникативная сторона общения;
 - Б) интерактивная сторона общения;
 - В) перцептивная сторона общения.
2. К невербальной коммуникации не относится:
 - А) жесты, мимика, позы;
 - Б) речь;
 - В) прикосновения, пожатие руки, объятия, поцелуи.
3. Кто является основоположником «теории обмена»?
 - А) Дж. Хоманс;
 - Б) Дж. Мид;
 - В) Г. Блумер.
4. Кто является основоположником теории «управление впечатлениями»?
 - А) Л.И. Уманский;
 - Б) Г. Блумер;
 - В) Э. Гофман.
5. Механизм самопознания в процессе общения, в основе которого лежит способность человека представлять, как он воспринимается партнером по общению – это:
 - А) эмпатия;
 - Б) рефлексия;
 - В) идентификация.
6. Термин «коммуникация» появился в научной литературе:
 - А) в начале XX в.
 - Б) в начале XXI в.

В) в конце XIX в.

7. Член общества, находящийся в постоянном контакте с людьми и выступающий посредником между средствами массовой информации и коммуникантом:

- А) менеджер по связям с общественностью;
- Б) лидер мнений (ключевой коммуникатор);
- В) имиджмейкер.

8. Кто выделил три типа харизматической личности: герой, антигерой, мистическая личность?

- А) Э. Фромм;
- Б) Д. Голдхаберг;
- В) А. Адлер

9. Вызвать у делового партнера определенные чувства и сформировать ценностные ориентации и установки; убедить в правомерности стратегий взаимодействия; сделать своим единомышленником – это является целью:

- А) убеждающей коммуникации;
- Б) экспрессивной коммуникации;
- В) познавательной коммуникации.

10. Оказать внушающее воздействие на делового партнера для изменения мотивации, ценностных ориентаций и установок, поведения и отношения – это цель:

- А) ритуальной коммуникации;
- Б) экспрессивной коммуникации;
- В) суггестивной коммуникации.

11. Препятствия, создаваемые особенностями речи говорящего (дикция, интонация, логические ударения и т.д.). Надо говорить четко, внятно, достаточно громко:

- А) фонетический барьер;
- Б) логический барьер;
- В) семантический барьер.

12. Осмысленное высказывание, проверка и уточнение понимания, выяснение степени его адекватности сказанному. Данный вид слушания наиболее эффективен при деловом общении:

- А) активное рефлексивное слушание;
- Б) нереплексивное слушание;
- В) эмпатическое слушание.

13. Кто является основоположником «теории ролей»?

- А) Э. Берн;
- Б) А. Адлер;
- В) Г. Блумер.

14. Раздел риторики, античное учение о стиле:

- А) диспозиция;
- Б) мемория;
- В) элокуция. 1

5. Речь, призывающая к действию: новому, к продолжению или прекращению прежнего:

- А) эпидейктическая;
- Б) информационная;
- В) агитационная.

16. Языковая игра – это ...

- А) намеренное нарушение норм речевого поведения;
- Б) названия общеизвестных событий, имена или тексты, которые говорящие (пишущие) воспроизводят в своей речи;
- В) тексты, содержащие цитаты.

17. Категория убеждения в риторике, апеллирующая к эмоциям аудитории:

- А) логос;
- Б) пафос;
- В) этос.

18. Невербальные сигналы, свидетельствующие о готовности вашего собеседника к общению:

- А) закрытая поза, суженные зрачки глаз;
- Б) открытая поза, поворот тела и носка ноги в вашем направлении;
- В) поворот тела и носка ноги в сторону от вас.

19. Языковые приметы научного стиля:

- А) Строгость, использование терминов;
- Б) образность;
- В) экспрессивность.

20. Приятие личности собеседника, проявление уважения к нему, вне зависимости от его достоинств и недостатков – одна из установок ... тактики общения:

- А) директивной;
- Б) понимающей;
- В) принижающе-уступчивой.

21. Речь, призывающая к действию: новому, к продолжению или прекращению прежнего:

- А) агитационная;
- Б) информационная;
- В) воодушевляющая.

22. Психологические структурные компоненты акта речевой коммуникации:

- А) намерение, цель;
- Б) код;
- В) контекст.

23. Раздел риторики, рассматривающий вопросы пластического решения произносимой речи:

- А) акция;
- Б) диспозиция;
- В) инвенция.

24. Интерактивная сторона общения состоит в:

- А) обмену информацией между людьми;
- Б) в организации взаимодействия между людьми;
- В) включает процесс восприятия друг друга партнерами по общению.

25. Помехи и искажения в процессе коммуникации, препятствующие достижению заданного результата, называются:

- А) деструкцией;
- Б) диссонансом;
- В) шумом;
- Г) дисгармонией.

26. Создатель сообщений – это:

- А) получатель;
- Б) источник;
- В) канал.

27. Стиль коммуникации, основанный на поиске взаимного согласия сторон общения по поводу результирующих действий:

- А) обвинительный стиль;
- Б) директивный стиль;
- В) стиль разрешения проблем.

28. Знако-символические средства – это:

- А) нумерология;
- Б) сенсорика;
- В) выразительные движения.

29. Оптико-кинетические средства – это:

- А) аускультация;
- Б) выразительные движения;
- В) системология.

30. Пространственно-временные средства – это:

- А) предметы, окружающие человека в жизни;
- Б) чувственное восприятие человека другой культуры;
- В) расположение собеседников и дистанция между ними.

31. Из всех дистанций в общении является самой важной и охраняемой человеком; проникнуть в эту зону позволяется самым близким людям:

- А) интимная;
- Б) социальная;
- В) личная.

32. Руки сведены за спину, при этом одна сжимает другую или когда человек, сидящий на стуле, вцепился руками в подлокотники:

- А) жесты оценки;
- Б) жесты самоконтроля;
- В) жесты расположения.

33. Конфликты, при которых разрушаются межличностные связи, резко снижается эффективность работы, а решение проблемы становится невозможным:

- А) деструктивные конфликты;
- Б) конструктивные конфликты;
- В) не подходит ни один вариант из предложенных.

34. Какого типа деловых совещаний не существует:

- А) совещания по планированию;
- Б) совещания по выбору сотрудников;
- В) совещания по мотивации труда.

35. Процесс двустороннего обмена информацией, ведущий к взаимному пониманию – это:

- А) коммуникация;
- Б) конфликт;
- В) лекция.

36. Сколько этапов в коммуникационном процессе:

- А) 4;

- Б) 7;
- В) 5.

37. Какого барьера непонимания не хватает в списке: фонетическое непонимание, семантическое непонимание, стилистическое непонимание:

- А) логический барьер;
- Б) психологический барьер;
- В) физический барьер.

38. Обмен результатами деятельности, способностями, умениями, навыками – это функция:

- А) социально-практическая;
- Б) гносеологическая;
- В) нормативная.

39. Передача конкретных способов деятельности – это функция деловой коммуникации:

- А) интегративная;
- Б) трансляционная;
- В) самопрезентация.

40. Наилучшим образом показать свои профессионально важные деловые и личные качества – это основная задача:

- А) самопрезентации;
- Б) социализации;
- В) социального контроля.

Вариант 2

1. Деловое общение – это сложный многоплановый процесс развития контактов между людьми в...

- А. служебной сфере;
- Б. сфере общения;

- В. процессе взаимодействия;
- Г. личном плане.

2. Специфической особенностью делового общения является...

- А. неограниченность во времени;
- Б. регламентированность;
- В. отсутствие норм и правил;
- Г. разговор по душам.

3. Деловой этикет включает в себя группы правил:

- А. нормы, взаимодействие равных по статусу;
- Б. наставления, определенный контакт руководителя и подчиненного;
- В. требования руководителя к высшему управленческому звену;
- Г. приказы подчиненного для руководителя.

4. Установка контакта (знакомства) в деловом общении предполагает:

- А. соблюдение нейтралитета;
- Б. нарушение правил этикета;
- В. понимание другого человека;
- Г. представление себя другому человеку.

5. Служебные контакты должны строиться на...

- А. партнерских началах;

- Б. взаимном интересе;
- В. личной выгоде;
- Г. корыстном интересе.

6. По способу обмена информацией различают деловое общение:

- А. печатное;
- Б. устное деловое общение;
- В. Письменное;
- Г. приказное.

7. Устные виды делового общения разделяются на...

- А. монологические;
- Б. групповые;
- В. письменные;
- Г. печатные.

8. Письменные виды делового общения – это...

- А. отчет, справка;
- Б. докладная, акт;
- В. объяснительные записки;
- Г. многочисленные служебные документы.

9. Переговоры – обсуждение с целью...

- А. приятного времяпрепровождения;
- Б. заключение соглашения по какому-либо вопросу;
- В. выяснение отношений;
- Г. навязывания своих условий сделки.

10. Залог успеха деловой беседы проявляется через ее участников в...

- А. компетентности;
- Б. тактичности и доброжелательности;
- В. грубости и резкости;
- Г. конфликтности, возбудимости.

11. Важным элементом деловой беседы является умение...

- А. говорить;
- Б. молчать;
- В. слушать;
- Г. критиковать.

12. Для уяснения проблемы при деловом общении целесообразно задавать вопрос открытого типа, на который требуется ответ...

- А. развернутый;
- Б. однозначный;
- В. двусмысленный;
- Г. неопределенный.

13. Наиболее распространенной формой делового общения является...

- А. монолог;
- Б. общение группой;
- В. диалоговое общение;
- Г. молчание.

14. Наиболее распространенной формой группового обсуждения деловых (служебных) вопросов являются...

- А. пикники;
- Б. совещания и собрания;

- В. тренинги;
- Г. деловые игры.

15. Главное требование культуры общения по телефону – это...

- А. краткость (лаконичность) изложения;
- Б. длительность общения;
- В. четкость изложения;
- Г. жесткость в разговоре.

16. Деловые беседы и переговоры осуществляются в форме...

- А. невербальной;
- Б. вербальной;
- В. рефлексивной;
- Г. нерефлексивной.

17. Деловые беседы часто проходят...

- А. на улице
- Б. в формальной обстановке;
- В. в общественном транспорте;
- Г. в неформальной обстановке.

18. Деловая беседа может...

- А. предварять переговоры;
- Б. вредить переговорам;
- В. быть их составной частью;
- Г. способствовать конфликтной ситуации.

19. Первым этапом переговорного процесса может быть...

- А. ультиматум;
- Б. ознакомительная встреча (деловая беседа);
- В. обсуждение претензий;
- Г. встреча экспертов.

20. Общаясь через переводчика, необходимо соблюдать следующие правила...

- А. сопровождать речь поговорками;
- Б. говорить медленно, четко формулируя мысли;
- В. говорить большой объем материала;
- Г. учитывать реакцию партнеров.

21. Овладение навыками делового общения является необходимым для будущих деловых людей:

- А. менеджеров;
- Б. воспитателей детского сада;
- В. обходчиков путей;
- Г. экономистов.

22. Общение всегда есть диалог:

- А. одного человека с другим;
- Б. наедине с собой;
- В. человека с машиной;
- Г. технических устройств.

23. Профессиональное общение руководителя зависит от...

- А. характера взаимосвязей и взаимоотношений с подчиненными;
- Б. установок и ценностей руководителя;
- В. характера взаимосвязей и взаимоотношений с коллегами;
- Г. все ответы верны.

24. Основными объектами управляющих воздействий руководителя являются...

- А. вышестоящее руководство;
- Б. работники;
- В. партнеры
- Г. организация в целом

25. Основная задача руководителя в процессе управления людьми состоит во взаимодействии с ...

- А. персоналом;
- Б. высшим руководством;
- В. подрядчиками;
- Г. клиентами

26. Управленческая деятельность часто протекает на фоне действия ситуаций...

- А. противоположных;
- Б. конфликтных;
- В. любовных;
- Г. нестандартных.

27. Ошибка людей в конфликтных ситуациях состоит в том, что они часто неправильно воспринимают намерения, позиции, действия...

- А. собственные;
- Б. оппонентов;
- В. тех, кто их поддерживает;
- Г. тех, кто поддерживает оппонентов.

28. Лидерство связано с управлением по следующим направлениям:

- А. организация и коррекция деятельности работников;
- Б. мотивирование деятельности подчиненных;
- В. обеспечение представительства группы;
- Г. все ответы верны

29. Выход из конфликта предполагает –

- А. эскалацию конфликта;
- Б. игнорирование ситуации;
- В. определение причины конфликта;
- Г. поиск путей решения конфликта.

30. Деловые беседы в области управленческой деятельности представляют собой целенаправленную коммуникацию...

- А. с заранее планируемым эффектом и результатом;
- Б. происходящую случайно;
- В. с непланируемым заранее эффектом и результатом;
- Г. носящую информативный характер

31. Деловая беседа...

- А. характеризуется частым переходом от одной темы к другой;
- Б. направлена на достижение определенных производственных задач и проблем;
- В. позволяет выбрать соответствующие решения и реализовать их;
- Г. отличается разнообразием обсуждаемых тем.

32. Преимущества деловой беседы как формы взаимной коммуникации обусловлены прежде всего...

- А. повышением компетентности руководителя за счет предложений и мнений партнера;
- Б. невозможностью дифференцированного подхода к учету всех факторов проблемы;
- В. ощущением собственной слабости в решении проблем;
- Г. непониманием всех участников процесса.

33. Для достижения оптимального эффекта в процессе делового общения руководитель должен настраивать своего партнера на местное решение проблемы, учитывая, прежде всего его...

- А. авантюризм;
- Б. профессиональный уровень;
- В. малоопытность;
- Г. полномочия и сферу ответственности.

34. Проводя кадровую беседу, руководитель должен учитывать типичные черты характера своего собеседника, которые по-разному проявляются в отношении к:

- А. своему коллективу;
- Б. делу;
- В. политике;
- Г. искусству.

35. При приёме на работу в кадровой беседе оценивают претендента по:

- А. умению спорить;
- Б. способности к общению;
- В. внешнему виду;
- Г. невнимательности к говорящему.

36. При подготовке к собеседованию важно соблюдать правила делового этикета:

- А. собеседование должно начаться в назначенное время;
- Б. проводящий беседу должен встать, поприветствовать гостя;
- В. приглашенный должен опоздать на встречу;
- Г. секретарь не должен быть в курсе дела.

37. Основные моменты собеседования при приёме на работу для руководителя таковы:

- А. заранее знакомится с заявленной анкетой;
- Б. использует подготовленную план-схему;
- В. сомнения во время собеседования разрешает в ходе беседы;
- Г. все ответы верны.

38. Деловая беседа при увольнении сотрудника отличается от собеседования при приёме на работу, прежде всего по:

- А. времени;
- Б. комфортности;
- В. цели;
- Г. методу.

39. Проблемная или дисциплинарная беседа предназначена, прежде всего, для того, чтобы...

- А. выяснить детали проблемной ситуации;
- Б. получить информацию для решения проблемы;
- В. использовать власть для наказания виновных;
- Г. наложить штрафные санкции.

40. В зависимости от отношений между собеседниками и ситуации, телефонные разговоры делятся на:
- А. ошибочные и безошибочные;
 - Б. деловые и дружеские;
 - В. официальные и неофициальные;
 - Г. важные и неважные

Вариант 3

1. Деловое общение – это сложный многоплановый процесс развития контактов между людьми в...
2. Специфической особенностью делового общения является...
3. Деловой этикет включает в себя группы правил:
4. Установка контакта (знакомства) в деловом общении предполагает:
5. Служебные контакты должны строиться на...
6. По способу обмена информацией различают деловое общение:
7. Устные виды делового общения разделяются на...
8. Письменные виды Делового общения – это...
9. Переговоры – обсуждение с целью...
10. Залог успеха деловой беседы проявляется через ее участников в...
11. Важным элементом Деловой беседы является умение...
12. Для уяснения проблемы при деловом общении целесообразно задавать вопрос открытого типа, на который требуется ответ...
13. Наиболее распространенной формой делового общения является...
14. Наиболее распространенной формой группового обсуждения деловых (служебных) вопросов являются...
15. Главное требование культуры общения по телефону – это...
16. Деловые беседы и переговоры осуществляются в форме...
17. Деловые беседы часто проходят...
18. Деловая беседа может...
19. Первым этапом переговорного процесса может быть...
20. Общаясь через переводчика, необходимо соблюдать следующие правила...
21. Овладение навыками делового общения является необходимым для будущих деловых людей:
22. Общение всегда есть диалог...
23. Профессиональное общение руководителя зависит от...
24. Основными объектами управляющих воздействий руководителя являются...
25. Основная задача руководителя в процессе управления людьми состоит во взаимодействии с...
25. Управленческая деятельность часто протекает на фоне действия ситуаций...
26. Ошибка людей в конфликтных ситуациях состоит в том, что они часто неправильно воспринимают намерения, позиции, действия...
27. Лидерство связано с управлением по следующим направлениям:
28. Выход из конфликта предполагает:

29. Деловые беседы в области управленческой деятельности представляют собой целенаправленную коммуникацию...

30. Деловая беседа...

31. Преимущества деловой беседы как формы взаимной коммуникации обусловлены, прежде всего...

32. Для достижения оптимального эффекта в процессе делового общения руководитель должен настраивать своего партнера на местное решение проблемы, учитывая, прежде всего его...

33. Проводя кадровую беседу, руководитель должен учитывать типичные черты характера своего собеседника, которые по-разному проявляются в отношении к:

34. При приеме на работу в кадровой беседе оценивают претендента по:

35. При подготовке к собеседованию важно соблюдать правила делового этикета:

36. Основные моменты собеседования при приеме на работу для руководителя таковы:

37. Деловая беседа при увольнении сотрудника отличается от собеседования при приеме на работу, прежде всего по:

38. Проблемная или дисциплинарная беседа предназначена, прежде всего, для того, чтобы...

39. В зависимости от отношений между собеседниками и ситуации, телефонные разговоры делятся на:

Вариант 4

1. Общение, которое не является самоцелью, не стимулируется самостоятельной потребностью, но преследует какую-то иную цель, кроме получения удовлетворения от самого акта общения является:

А. целевым;

Б. инструментальным;

В. косвенным.

2. Речь приобретает определенный смысл и может быть понята в обстоятельствах, в которых происходит конкретное событие, называемых:

А. кодом;

Б. стилевыми характеристиками;

В. контекстом.

3. Парадигма коммуникации, рассматривающая мир как текст:

А. семиотическая;

Б. транзактная;

В. мотивационная.

4. Механизм интерпретации поступков и чувств другого человека, заключающийся в выяснении причин его поведения:

А. эмпатия;

Б. аттракция;

В. каузальная атрибуция.

5. Группировка личностей, согласно замыслу, классификация людей на основе сходства и различия в процессе социализации:

А. социальная категоризация;

Б. социальная идентификация;

В. социальная идентичность.

6. Классификация вторичных потребностей, которые удовлетворяются в процессе взаимодействия со средой, другими людьми, через СМИ, когда удовлетворяют свои потребности посредством другого, принадлежит:

- А. А. Маслоу;
- Б. И. Гофману;
- В. Г. Мюррею.

7. Базовые состояния, описанные теорией Э. Берна:

- А. безопасности, выживания, любви;
- Б. взрослого, родителя, ребенка;
- В. порядка, автономии, агрессии.

8. Дефекты речи, использование слов-паразитов, многозначность слов, различие в логике партнеров относятся к типу коммуникационного барьера:

- А. отношений;
- Б. установок;
- В. понимания;
- Г. социально-культурных различий.

9. Коммуникативный стиль, использующий в стратегии общения ориентацию «от людей»:

- А. обособленный тип;
- Б. враждебный тип;
- В. уступчивый тип.

10. Речь двух субъектов, возникающая как ответ на вопрос, мнение, суждение:

- А. монолог;
- Б. диалог;
- В. полилог.

11. Повелевающая и информативная – главные функции ... стиля литературного языка:

- А. научного;
- Б. официально-делового;
- В. публицистического.

12. Умение «правильно молчать» характеризует слушание:

- А. нерефлексивное;
- Б. рефлексивное;
- В. эмпатическое.

13. Вид эмоционально насыщенной речи с богатыми интонациями и отсутствием грамматических конструкций:

- А. устная;
- Б. письменная;
- В. аффективная.

14. Диспозиция рассуждения, с четко обозначенной структурой, состоящей из 8 частей:

- А. строгая хрия;
- Б. свободная хрия;
- В. искусственная хрия.

15. Включение в речь околоречевых приемов (смеха, паузы, вздохов и пр.) относится к невербальной системе знаков:

- А. паралингвистических;
- Б. экстралингвистических;
- В. визуально-кинетических.

16. Жесты, выражающие оценку и отношение одобрения, доверия, растерянности и пр.:

- А. коммуникативные;
- Б. модальные;
- В. описательные.

17. Система запахов, принадлежащая имиджу, аксессуарам, расширяющим коммуникативное поле:

- А. тактильная система знаков;
- Б. ольфакторная система знаков;
- В. визуальная система знаков.

18. Деловое общение, ограниченное временными рамками 3-5 мин. характерно для:

- А. бэкграундера;
- Б. презентации;
- В. беседы по телефону.

19. Функция деловых переговоров, заключающаяся в необходимости выиграть время:

- А. информационная;
- Б. контрольная;
- В. отвлекающая;
- Г. рекламная.

20. Тактика деловых переговоров, предполагающая уступку авторства привлекательного предложения партнеру:

- А. «спасение лица»;
- Б. «желанный подарок»;
- В. «уход»;
- Г. «пакетирование».

21. Брифинг отличается от пресс-конференции тем, что:

- А. отсутствует возможность задавать вопросы;
- Б. сообщение делается официальным лицом;
- В. участвуют представители СМИ.

22. Тактика управления конфликтом на собрании, заключающаяся в уходе от лобового столкновения при сохранении контроля над ситуацией:

- А. отсрочка;
- Б. подавление;
- В. превращение в деловой разговор.

23. Основная цель использования презентации:

- А. вызвать интерес;
- Б. показать себя;
- В. воздействовать на аудиторию.

24. Система установок, мотивов, предрасположенностей, определяющая выбор вербального и невербального поведения:

- А. имидж;
- Б. этикет;
- В. габитус.

25. Одним из современных процессов деловой коммуникации является:
- А. объединение национальных культур в общечеловеческую;
 - Б. объединение мировой экономики в единую промышленную систему;
 - В. создание единой религии.

Вариант 5

1. В какой теории коммуникация понимается как вытеснение индивидом своих бессознательных влечений?

- А. в экзистенциалистской теории;
- Б. в психоаналитической теории;
- В. в бихевиористской теории;
- Г. в игровой теории;
- Д. в персоналистской теории.

2. Когда был введен в понятийно-категориальный аппарат научной литературы термин «коммуникация»?

- А. в конце XIX века;
- Б. в начале XX века;
- В. в середине XX века;
- Г. во второй половине XX века;
- Д. в начале XXI века.

3. Как понимается коммуникация в семантической модели Ю.Лотмана и У.Эко?

- А. как речевые сигналы, манипулируя которыми можно воспитывать человека любого склада;
- Б. как организация жизни на принципах изоляции и самоизоляции;
- В. особый способ деятельности, который делает возможной совместную деятельность;
- Г. как игра;
- Д. как взаимопонимание.

4. Коммуникация – это:

- А. обмен идеями;
- Б. информационный обмен;
- В. трансляция информации через средства технической связи;
- Г. управленческое общение;
- Д. стилистическое оформление речи.

5. Какое из перечисленных требований к качеству информации не является основным?

- А. достоверность;
- Б. своевременность;
- В. форма подачи информации;
- Г. адресность;
- Д. понятность.

6. Какая черта межличностной коммуникации позволяет использовать визуальные, акустические, тактильные, ольфакторные и прочие каналы передачи и восприятия информации?

- А. неизбежность;
- Б. необратимость;
- В. многоканальность;
- Г. поэтапность;
- Д. ситуативность.

7. Как называется двусторонний процесс обмена информацией?

- А. коммуникация;
- Б. общение;
- В. взаимодействие;
- Г. контакт;
- Д. интеракция.

8. Укажите, как называется составляющая общения, которая рассматривает психологическую природу общения с точки зрения характера речевых действий, восприятия речи собеседника, восприятия личности собеседника?

- А. общение как форма психической деятельности;
- Б. общение как форма поведение;
- В. общение как межличностное взаимодействие;
- Г. общение как психологические свойства личности;
- Д. общение как средство формирования личности.

9. Общение – всегда есть диалог:

- А. одного человека с другим;
- Б. наедине с собой;
- В. человека с машиной;
- Г. технических устройств;
- Д. все ответы верны.

10. Что является перцептивной стороной общения?

- А. восприятие друг друга партнерами по общению;
- Б. взаимовлияние друг на друга участников общения;
- В. взаимодействие участников общения;
- Г. обмен информацией между участниками общения;
- Д. все ответы верны.

11. Что не относится к характеристике коммуникативной стороны общения?

- А. умение устанавливать психологический контакт;
- Б. учет особенностей коммуникативного взаимодействия;
- В. аргументированность, логичность и адекватность ситуации общения;
- Г. четкое распределение обязанностей между партнерами;
- Д. эффективность использования вербальных и невербальных средств общения.

12. Интерпретация человеком причин и мотивов поведения других людей межличностного восприятия – это:

- А. перцепция;
- Б. аттракция;
- В. эмпатия;
- Г. каузальная атрибуция;
- Д. апперцепция.

13. Какой принцип не относится к теории обмена Дж. Хоманса?

- А. чем больше вознаграждается определенный тип поведения, тем чаще он будет повторяться;
- Б. если вознаграждение за определенный тип поведения зависит от условий, то человек будет стремиться их воссоздать;
- В. равенство психологических позиций социальных субъектов независимо от их социального статуса;
- Г. если вознаграждение велико, то человек готов затратить больше усилий для его получения;

Д. когда потребности человека близки к насыщению, он в меньшей мере готов прилагать усилия для их удовлетворения.

14. Какой из способов коммуникации самый пластичный?

- А. жест;
- Б. речь;
- В. изображение;
- Г. письмо;
- Д. музыка.

15. Аксиальная коммуникация - это:

- А. восприятие друг друга партнерами по общению;
- Б. взаимовлияние друг на друга участников общения;
- В. взаимодействие участников общения;
- Г. массовая коммуникация;
- Д. адресная коммуникация.

16. Информационным критерием эффективности межличностной коммуникации является:

- А. доброжелательность сторон коммуникации;
- Б. желание сторон продолжить коммуникации;
- В. своевременность получения информации;
- Г. сопровождение текста жестикуляцией;
- Д. удовлетворенность партнеров по коммуникации.

17. Какая характеристика не относится к коммуникации как к ресурсу?

- А. имеет нематериальную природу;
- Б. имеет материальную природу;
- В. не ограничена пространством;
- Г. неотчуждаема;
- Д. обладает возрастающей полезностью.

18. Какая связь существует между участниками коммуникации?

- А. объектно-объектная;
- Б. субъектно-объектная;
- В. объектно-субъектная;
- Г. субъектно-субъектная;
- Д. все ответы верны.

19. Что представляет собой интегративная функция деловой коммуникации?

- А. социальный механизм управления;
- Б. объединение деловых партнеров;
- В. самовыражение, демонстрация личностного потенциала;
- Г. передача конкретных способов деятельности;
- Д. регламентация поведения и деятельности.

20. Какая функция коммуникации позволяет регламентировать поведение и деятельность участников коммуникации, координировать их совместные действия?

- А. информационная функция;
- Б. социальная функция;
- В. экспрессивная функция;
- Г. прагматическая функция;
- Д. интерпретативная функция.

21. Какой из этапов коммуникационного процесса можно считать важнейшим условием его эффективности?

- А. зарождение и выбор идеи;
- Б. кодирование и выбор канала;
- В. передача информации;
- Г. декодирование;
- Д. обратная связь.

22. Что такое кодирование?

- А. перевод на язык коммуникации идей и замыслов отправителя;
- Б. написание речей, текстов или сообщений рекламного, информационного или иного характера;
- В. шифровка сообщения, не предназначенного для широкого оглашения;
- Г. выбор шрифта при написании текста;
- Д. выбор характеристики теле- или радиосигнала для максимального достижения его четкости.

23. От чего зависят факторы эффективности декодирования сообщения?

- А. понимания смысла сообщения;
- Б. стереотипов мышления;
- В. финансового положения получателя сообщения;
- Г. барьеров коммуникации;
- Д. его семантических характеристик.

24. Какой канал коммуникации является наиболее эффективным?

- А. телефонный разговор;
- Б. личное письменное сообщение;
- В. выступление перед большой аудиторией;
- Г. межличностное общение;
- Д. реклама в СМИ.

25. Реакция получателя на сообщение это:

- А. восприятие;
- Б. обратная связь;
- В. кодирование;
- Г. шум;
- Д. декодирование.

26. Речевая ситуация включает следующие компоненты:

- А. участников общения;
- Б. невербальные средства общения;
- В. язык и стиль общения;
- Г. место и время общения;
- Д. все ответы верны.

27. Какая функция речи дает возможность людям общаться между собой?

- А. конструктивная;
- Б. эмоциональная;
- В. коммуникативная;
- Г. аккумулятивная;
- Д. контактоустанавливающая.

28. Какой центр в коре головного мозга человека отвечает за понимание речи?

- А. центр Брока;
- Б. центр Вернике;
- В. зрительный центр;
- Г. центр письма;

Д. слуховой центр.

29. Текст, взятый в событийном аспекте, – это:

- А. рассказ;
- Б. выступление;
- В. дискурс;
- Г. речевая ситуация;
- Д. вербальная коммуникация.

30. Экспрессивность и эмоциональность речи является чертой:

- А. публицистического стиля речи;
- Б. разговорного стиля речи;
- В. научного стиля речи;
- Г. официально-делового стиля речи;
- Д. все ответы верны.

31. Что из перечисленного не относится к виду речи?

- А. чтение;
- Б. устная речь;
- В. письменная речь;
- Г. диалог;
- Д. слушание.

32. Устные виды делового общения разделяются на:

- А. монологические, диалогические и полилогические;
- Б. групповые, межличностные и массовые;
- В. печатные и рукописные;
- Г. литературные и бытовые;
- Д. художественные и научные.

33. Какая функция является главной в функциональных стилях речи?

- А. повелевающая;
- Б. информативная;
- В. воздействующая;
- Г. эстетическая;
- Д. эмоциональная.

34. Характерными чертами официально-делового стиля являются:

- А. объективность, экспрессивность, точность;
- Б. точность, ясность, синтаксическая осложненность;
- В. точность, ясность, выразительность, полнота изложения;
- Г. эмоциональность, прерывистость, необъективность, нелогичность;
- Д. ясность, точность, объективность, стандартизованность, лаконичность изложения.

35. Что не относится к типичным ошибкам слушания?

- А. перебивание;
- Б. перефразирование;
- В. предвзятое слушание;
- Г. избирательное слушание;
- Д. отключение внимания.

36. О чем свидетельствуют высоко поднятые плечи со слегка сутулой спиной и втянутым подбородком?

- А. об уверенности;
- Б. о беспомощности;
- В. о заносчивости;

- Г. о скрытности;
- Д. об энергичности.

37. К какому виду невербальной коммуникации относятся запахи?

- А. оптико-кинетическим;
- Б. паралингвистическим;
- В. экстралингвистическим;
- Г. тактильным;
- Д. ольфакторным.

38. Укажите, что не относится к понятию невербальные средства информации, которые, как известно, необходимы при деловом общении:

- А. тембр речи, темп, высота, громкость;
- Б. риторические тропы и другие средства языка;
- В. взгляд партнера, мимика, жесты, поза;
- Г. почерк, способы графических дополнений к буквам, символы;
- Д. рукопожатие, поцелуй, похлопывание.

39. К каким средствам общения относятся тембр, тональность, высота, громкость голоса?

- А. оптико-кинетическим;
- Б. паралингвистическим;
- В. экстралингвистическим;
- Г. тактильным;
- Д. ольфакторным.

40. К числу функций невербальных средств общения не относится:

- А. дополнение вербального сообщения;
- Б. регулирование вербальной коммуникации;
- В. выражение отношения к собеседнику;
- Г. отражение личностных качеств;
- Д. относятся все перечисленные функции.

41. Какой барьер возникает у партнера по общению при использовании коммуникатором оборотов: «Вам нужно», «Вы обязаны», «Ты должен»?

- А. фонетический;
- Б. семантический;
- В. логический;
- Г. стилистический;
- Д. социально-культурный.

42. Какие люди трудно приспосабливаются к новым жизненным обстоятельствам?

- А. психологически мобильные;
- Б. ригидные;
- В. адаптивные;
- Г. экстравертные;
- Д. доминантные.

43. Какой барьер характеризует пословица: «В огороде бузина, а в Киеве – дядька»?

- А. фонетический;
- Б. семантический;
- В. логический;

- Г. стилистический;
- Д. социально-культурный.

44. Какой коммуникативный барьер возникает у представителей разных политических партий?

- А. фонетический;
- Б. семантический;
- В. логический;
- Г. стилистический;
- Д. социально-культурный.

45. Барьер коммуникативный – это абсолютное или относительное ... эффективному общению, субъективно переживаемое или реально присутствующее в ситуациях общения:

- А. препятствие;
- Б. доступность;
- В. взаимодействие;
- Г. установление тождества объекта или личности;
- Д. восприятие.

46. Единицей общения в теории Э. Берна является:

- А. акция;
- Б. реакция;
- В. транзакция;
- Г. коммуникация;
- Д. акт общения.

47. Укажите, сколько процентов всего человеческого существования занимает слушание?

- А. 80%;
- Б. 45%;
- В. 30%;
- Г. 16%;
- Д. 9%.

48. По Э. Берну, если человек реагирует на то, что происходит вокруг него, используя свой потенциал зрелой личности, ориентируясь в своей деятельности и поведении на принцип реальности, он проявляет свое Эго-состояние:

- А. «Ребенка»;
- Б. «Взрослого»;
- В. «Родителя»;
- Г. «Учителя»;
- Д. «Реалиста».

49. Какой тип коммуникантов не стремится владеть инициативой в общении?

- А. доминантный;
- Б. мобильный;
- В. ригидный;
- Г. интровертный;
- Д. экстравертный.

50. Стремление субъектов взаимодействия идти на взаимные уступки и реализовывать свои интересы с учетом интересов противоположной стороны, называется:

- А. сотрудничество;

- Б. кооперация;
- В. избегание;
- Г. компромисс;
- Д. альтруизм.

51. Укажите свойство, относящееся к лингвистической компетенции специалиста в профессиональном речевом общении?

- А. оценочное отношение к высказыванию, осознание целевой установки общения;
- Б. учет ситуации общения, его места, отношений с собеседником;
- В. прогнозирование воздействия высказывания на собеседника;
- Г. умение контролировать эмоции, направлять диалог в соответствии с потребностями профессиональной деятельности, соблюдение этических норм и требований этикета;
- Д. знание особенностей стиля профессиональной речи.

52. К понятию «культура профессиональной речи» относится:

- А. владение терминологией данной специальности;
- Б. умение строить выступление на профессиональную тему;
- В. умение организовать профессиональный диалог и управлять им;
- Г. умение общаться с неспециалистами по вопросам профессиональной деятельности;
- Д. все ответы верны.

53. По степени активности люди самоуверенные и напористые относятся к:

- А. берущему типу;
- Б. избегающему типу;
- В. управляющему типу;
- Г. социально-полезному типу;
- Д. альтруистическому типу.

54. Укажите свойство, относящееся к поведенческой компетенции специалиста в профессиональном речевом общении?

- А. знание терминологии;
- Б. умение устанавливать связи между известными ранее и новыми терминами;
- В. умение использовать научные понятия и термины в практическом анализе производственных ситуаций;
- Г. оценочное отношение к высказыванию, прогнозирование воздействия высказывания на собеседника;
- Д. соблюдение этических норм и требований этикета, умение контролировать эмоции.

55. Какой стиль характеризуется низким уровнем открытости, но высоким уровнем обратной связи?

- А. стиль «открытие себя»;
- Б. стиль «реализация себя»;
- В. стиль «замыкание в себе»;
- Г. стиль «защита себя»;
- Д. стиль «торговаться за себя».

3.3. Тестирование «Умеете ли вы слушать?»

Вариант 1. Инструкция: перед вами 16 вопросов, на каждый из которых, вы должны ответить утверждением «да» или «нет». Следует помнить, что нет «правильных» или «неправильных» ответов, так как люди различны, и каждый высказывает свое мнение.

Главное, старайтесь отвечать честно, не пытайтесь произвести благоприятное впечатление, ответы должны соответствовать действительности. Свободно и искренно выражайте свое мнение. В этом случае вы сможете лучше узнать себя.

Вопросы:

1. Ждете ли вы терпеливо, пока другой закончит говорить и даст вам возможность высказаться?
2. Спешите ли вы принять решение до того, как поймете сущность проблемы?
3. Слушаете ли вы лишь то, что вам нравится?
4. Мешают ли вам слушать собеседника ваши эмоции?
5. Отвлекаетесь ли вы, когда собеседник излагает свои мысли?
6. Запоминаете ли вы вместо основных моментов беседы какие-либо несущественные?
7. Мешают ли вам слушать предубеждения?
8. Прекращаете ли вы слушать собеседника, когда появляются трудности в его понимании?
9. Занимаете ли вы негативную позицию к говорящему?
10. Всегда ли вы слушаете собеседника?
11. Ставите ли вы себя на место говорящего, чтобы понять, что заставило его говорить именно так?
12. Принимаете ли вы во внимание тот факт, что у вас с собеседником могут быть разные предметы обсуждения?
13. Допускаете ли, что у вас и у вашего собеседника может быть разное понимание смысла употребляемых слов?
14. Пытаетесь ли вы выяснить тот факт, чем вызван спор: разными точками зрения, постановкой вопроса и т.п.?
15. Избегаете ли вы взгляда собеседника в разговоре?
16. Возникает ли у вас непреодолимое желание прервать собеседника и вставить свое слово за него или в пику ему, опередить его в выводах?

Вариант 2. Инструкция: перед вами 19 вопросов, на каждый из которых, вы должны ответить утверждением «да» или «нет».

Вопросы:

1. Собеседник, не давая мне высказаться, перебивает меня очень часто во время разговора.
2. Собеседник не смотрит в мою сторону во время моего рассказа.
3. Собеседник все время чем-то занят, похоже, любые другие дела занимают его намного больше, чем мой рассказ.
4. Собеседник почти никогда не улыбается во время разговора.
5. Собеседник старается всякий раз опровергнуть сказанные мною слова.
6. Собеседник часто прерывает мой рассказ вопросами и комментариями.
7. Собеседник вкладывает совсем другой смысл в мои высказывания.
8. На большую часть моих вопросов, собеседник выдвигает «контрвопросы»
9. Очень часто собеседник во время рассказа перебивает меня, создавая видимость, будто не расслышав.

10. Собеседник, не выслушав меня до конца, прерывает меня своим заблаговременным согласием.

11. Собеседник часто делает вместо меня выводы.

12. Собеседник постоянно вставляет свои комментарии в мой рассказ.

13. Собеседник пристально смотрит во время разговора на меня, не моргая.

14. Собеседник внимательно смотрит на меня оценивающим взглядом.

15. Когда я что-либо предлагаю, собеседник говорит, что согласен со мной.

16. Собеседник «переигрывает», делая вид, что интересуется моим рассказом, слишком часто кивает, поддакивает и ахает.

17. Когда я веду беседу на серьезную тему, собеседник часто вставляет шуточки, анекдоты, смешные случаи из жизни.

18. Собеседник, во время разговора, часто поглядывает на часы.

19. Собеседник просто требует, чтобы с ним соглашались.

20. Все его высказывания заканчиваются доминирующим вопросом: «Вы так же думаете?» или «Вы не согласны?».

Подводим итоги. Суммарное количество ситуаций, вызывающих у вас раздражение («да»), составляет:

1) 14-19 – вы неважный собеседник, не умеете слушать, и с вами предпочитают на долгие темы не общаться. Необходимо работать над собой, чтобы научиться слушать людей.

2) 9-13 – избегайте быстротечных выводов. Не акцентируйте свое внимание на манере говорить. Не притворяйтесь, ищите смысл сказанного вашим собеседником, не замыкайте разговор только на себе.

3) 3-8 – вы хороший собеседник, но бывает, что иногда вы отказываете собеседнику в полном понимании. Дайте ему возможность и время высказаться полностью, приспособляйте свой темп мышления к его речи, не торопите его, не делайте выводы вместо него, и тогда можете быть уверены, что общение с вами станет еще приятнее.

4) 0-2 – Примите поздравления! Вы отличный собеседник!

3.4. Тренинг «Техника невербальных коммуникаций»

Этап 1. Овладение техниками невербальной коммуникации. Техника создания раппорта: установление быстрого контакта и бессознательного доверия. Техника подстройки: подстройка по жестам и позе, подстройка по дыханию. Техника подстройки по ценностям/потребностям. Приемы для изменения состояния человека: повышение интереса, уменьшение агрессивности. Отстройка – как уважительно прерывать ненужное общение.

Техника создания раппорта.

Наличие раппорта является показателем того, что люди образовали систему и начинают действовать как единое целое. Раппорт – согласованность движений и мыслей взаимодействующих между собой людей. Одним из свойств раппорта является желание следовать за человеком, чувствовать к нему расположение и доверие. Таким образом, ключевым индикатором раппорта является ведение: вы меняете своё состояние, и человек идёт за вами. Вы сменили позу – и он тоже, вы уменьшили скорость речи – и он замедлился, вы успокоились – и он расслабился. На высоких уровнях раппорта возможны даже синхронные движения – вы

поднимаете руку, и он поднимает, вы двигаете указательным пальцем правой руки – и он тоже. Поэтому ведение по движению хорошо использовать для проверки наличия раппорта.

Для того чтобы создать раппорт на более глубоком, бессознательном уровне специалисты по НЛП предлагают использовать своеобразную цепочку: присоединение, закрепление и ведение.

Согласно «классической» схемы, в начальном этапе этой цепочки – присоединении – преимущественно используются особенности дыхания и позы. Достижение синхронности дыхания с дыханием партнера (клиента), а также идентичности поз способствует мягкому вхождению в раппорт. Идентичность поз является здесь отправным пунктом в присоединении, ибо, например, если поза клиента свидетельствует о его закрытости, то только после ее копирования («отзеркаливания») можно спустя некоторое время перейти к позе, свидетельствующей об открытости к общению.

В закреплении применяются соответствующие жесты (асимметричные, то есть, как бы «зеркальные»), мимика, голос и ключевые слова, которые развивают контакт в направлении «подключения» к миру партнера (клиента), обеспечивая тем самым устойчивое общение с ним.

В ведении осуществляется постепенное переключение партнера (клиента) с его собственной программы на предлагаемую взамен. Здесь основное внимание уделяется синхронному сопровождению для переключения партнера (клиента) на выполнение нужной программы и развития с ним в интересующем вас направлении. Для поддержания и сохранения раппорта во время ПК и просто общения, специалисты по нейролингвистическому программированию рекомендуют время от времени задавать себе следующие вопросы:

1. в раппорте ли я (все еще)?
2. что мне нужно сказать или сделать, чтобы создать (еще лучший) раппорт?
3. почему другой человек изменил позу/голос/дыхание?

По мнению М. Гриндера, для полного раппорта достаточно отражать (по отдельности, а не все сразу) поведенческие характеристики партнера (клиента) в указанных пропорциях: 1) тело (поза) – 50% движений и положений тел; 2) дыхание – 100% темпа и ритма дыхания; 3) жесты – 100% основных жестов; 4) лицо и глаза – 70% направлений взгляда и выражений лицам; 5) язык (голос) – 100% темпа и тона речи.

Согласно Г. Олдер и Б. Хаузер («NLP. Полное практическое руководство»), вы можете устанавливать раппорта, добиваясь подстройки по следующим параметрам:

1. Физиология: поза и телодвижения.
2. Голос: тон, темп речи и прочие характеристики.
3. Язык и образ мышления (точнее, его характер): используемый словарь и соответствующая система представления.
4. Убеждения и ценности: то, во что люди верят и что считают важным.
5. Личный опыт: поиск общей основы в профессиональной деятельности и интересах.
6. Дыхание: утонченное, но очень мощное средство подстройки.

Основываясь на материалах данных авторов, рассмотрим все эти варианты установления раппорта чуть более подробно.

1. Подстройка к физиологии.

Чтобы установить раппорт на этом уровне, Г. Олдер и Б. Хэзер рекомендуют соответственно партнеру:

- сидеть или стоять в той же позе, изменить осанку или склонить голову набок;
- скрестить либо, напротив, освободить руки или ноги;
- повторять его жесты движениями рук, головы и тела.

2. Подстройка к голосу.

Этот вид подстройки весьма эффективен. По совету вышеупомянутых авторов, вы можете подстраиваться к следующим индивидуальным особенностям вашего собеседника:

1. Громкость (как он говорит: громко или тихо?).
2. Темп (говорит он быстро или медленно?).
3. Ритм (имеется ли в его речи какой-то ритмический рисунок?).
4. Высота (какой у партнера голос: высокий или низкий?).
5. Тембр (его голос звонкий, хриплый, «густой» и т.п.?).
6. Интонация (какие чувства или темы подчеркивает собеседник интонированием?).
7. Произношение (использует ли он какие-либо характерные слова или выражения?).

3. Подстройка к языку и характеру мышления.

Речь здесь идет об использовании слов, которые соответствуют характеру мышления собеседника, которое, с точки зрения нейролингвистического программирования, может быть визуальным, аудиальным, кинестетическим или дискретным.

4. Подстройка к убеждениям и ценностям

Интуитивно об этом виде раппорта знают практически все, поэтому перед тем, как вступать с кем-либо в серьезный диалог, рекомендуем вам узнать, во что верит и в чем убежден ваш партнер по общению.

Сложнее с ценностями – с тем, что человек действительно ценит в себе и мире. Конечно, в идеале, в начале разговора вы можете задать вопрос: «Что для тебя важно в _____», а потом подстроить свое сообщение к обнаружившемуся моменту. Однако будет куда более изящно – и более полезно для раппорта, – если вы определите значимое для собеседника не прямо «в лоб», а косвенно, реагируя на его «ценностные» фразы и, подстраиваясь к ним.

5. Подстройка к личному опыту.

Даже весьма отдаленное сходство личного опыта или условное единство целей помогает устанавливать хороший раппорт. И здесь одно только повторение волшебных фраз «Я, как и ты (вы), _____» и «У нас общие цели _____» и т.п. дает возможность реально и существенно «отраппортировать» с собеседником.

6. Подстройка к дыханию.

Это один из «секретов» эриксоновского или, иначе, «нового» гипноза, в котором все фразы – и во время наведения транса, и в процессе собственного внушения – произносятся гипнотизером строго в такт дыхания партнера: на его выдохе. Так вот,

если вы начнете дышать в такт дыхания вашего партнера, можно точно гарантировать, что раппорт ваш с ним будет глубоким и прочным.

При использовании любого вида раппорта не повторяйте весьма распространенную ошибку – не «обезьянничайте». Вам вовсе не обязательно мгновенно повторять все подробности положения и движений тела вашего собеседника. Будет лучше, если вы начнете с одной черты – позы или, например, осанки, а затем постепенно подстроитесь к наклону головы, положению ног, движениям рук, уровню громкости и высоте голоса. Что касается мимики, то ее следует повторять лишь отчасти – особенно в раппорте с постоянно «минимизирующим» партнером.

Отстройка – процесс, обратный пристройке, который используется для того, чтобы закончить беседу, изменить тему разговора, привлечь внимание партнера, прекратить коммуникацию. Во время процесса отстройки важно подчеркнуть и выделить различия, которые существуют с собеседником. Для подчеркивания различий нужно: принять совершенно другую позу, нежели у собеседника, изменить характер жестов, тон голоса и т.д. Очень многое диктует сама ситуация: если вы сидите за одним столом с оппонентом, то для отстройки достаточно положить руки на стол и податься вперед, будто вы собираетесь встать, или же перевести свой взгляд куда-нибудь в сторону, на часы, висящие на стене, на телевизор, с интересом посматривать по сторонам, давая понять, что беседа окончена. Мы часто в повседневном общении используем все эти нехитрые приемы, давая понять собеседнику, что беседа окончена.

Сознательное использование отстройки имеет два возможных варианта: 1) использование «мягкой» отстройки – принятие позы, отличной от собеседника, изменение интонации голоса; 2) «сильная» отстройка – явное сигнализирование о желании закончить разговор – завершает общение. «Мягкая» отстройка помогает завладеть вниманием собеседника и, соответственно, повысить эффективность общения. «Сильная» отстройка должна применяться осторожно, поскольку она может поставить под угрозу всякое дальнейшее общение с собеседником, но в некоторых случаях это является наилучшим решением. В любом случае, прежде чем активно использовать этот прием на практике, следует практиковаться в отстройке, четко осознавая свои цели, и не применять этот метод при ведении важных переговоров.

Этап 2. Калибровка – навык сверхточного наблюдения за реакциями и состоянием людей. Овладение навыками определения истинных намерений человека. Выявление ключевых точек для наблюдения за человеком: физические маркеры – реакции, которые нельзя подделать. Соотношение вербальной и невербальной составляющей поведения.

Термин «Калибровка» пришел из технической сферы, где им также обозначают умение прибора точно измерять показания согласно эталонную.

В НЛП этот термин наиболее точно отражает тренируемый навык – способность замечать различные изменения в человеке. Или, говоря техническим языком, это умение делать подробный «психический снимок» или замер эмоционального состояния человека.

Калибровка – основной инструмент распознавания того, что испытывает человек.

Калибровочные признаки:

1) Калибровка лица. Три лицевых уровня:

1.1. верхняя треть лица:

1.1.1. лоб: горизонтальные и вертикальные морщины на лбу; появление вены на лбу; височные морщины; увлажнение кожи лба; покраснение или побледнение кожи лба; движение линии волосяного покрова на лбу (изменение положения волосяного покрова).

1.1.2. брови: поднятие одной или двух бровей; сведение бровей; поднятие внешней части брови к виску; время задержки при поднятии бровей вверх.

2.1. средняя треть лица:

2.1.1. уши: покраснение, движение.

2.1.2. глаза: 1) микрореакции мышц вокруг глаз и век (мимические морщинки вокруг глаз, приподнятое или опущенное верхнее веко, приподнятое или опущенное нижнее веко, покраснение белка глаз, сужение или расширение зрачка, частота моргания (часто – 2 и более раза в секунду; редко – через 3 – 6 секунд; долго не моргает (более 6 секунд); 2) движение глаз.

2.1.3. нос: расширение или сужение ноздрей, появление носогубной складки, появление морщин на переносице сверху и чуть ниже в районе нижнего века (с двух сторон носа), покраснение или побледнение кожи, увлажнения кожи.

3.1. нижняя треть лица:

3.1.1. щеки: увеличение или уменьшение щек, появление движения языка по внутренней поверхности щеки, появления движения в области желваков, покраснение или побледнение кожи щек, увлажнение кожи щек.

3.1.2. рот (губы): поднятие уголков губ вверх, опускание уголков губ вниз, растягивание губ в стороны, сужение губ к центру, симметричное или несимметричное движение губ, увеличение или уменьшение губ в объеме, кусание или прикусывание губ, увлажнение от пересыхания губ.

3.1.3. подбородок: опускание вниз, поднятие вверх, движение челюстью вправо или влево, покраснение или побледнение кожи, увлажнения кожи.

3.5. Сюжетно-ролевая игра «Собеседование»

Цель: выработка навыков эффективной самопрезентации.

Инструкция. Каждый участник пробует себя в роли соискателя. Кто-либо из членов группы играет роль работодателя. Ведущий тренинга может дать установку на отказ «соискателю» или предъявление ему жестких требований (например, обязательные командировки).

Члены группы, не принимающие участие в собеседовании, являются наблюдателями, которые анализируют и оценивают по ее завершении, дают обратную связь «соискателю» относительно эффективности его самопрезентации и поведения на собеседовании.

Возможные сюжеты.

Сюжет 1. Дискриминация в ситуации приема на работу.

Роль руководителя (мужчины). Во время собеседования при приеме на работу работодатель сообщает девушке, претендующей на вакансию, что ее кандидатура отклоняется, так как должность начальника отдела, на которую объявлен конкурс, должна быть занята мужчиной. В представлениях работодателя молодая девушка (25 лет), не замужем, даже с хорошим образованием и опытом работы по специальности не может справиться с работой руководителя. Кроме этого,

работодатель опасается, что она выйдет замуж и уйдет в декрет, что экономически невыгодно организации.

Роль кандидата на вакансию (женщины). В такой ситуации собеседования участница выстраивает свой ответ, опираясь на собственный опыт, фантазию и желание разрешить ситуацию в свою пользу. В процессе собеседования она пытается изменить предубеждение работодателя.

Сюжет 2. Дискриминация в ситуации продвижения в должности.

Роль руководителя (мужчины). Он вызывает подчиненного (женщину), потенциального кандидата на должность заместителя. Он сообщает ей, что отклоняет ее кандидатуру, так как считает, что она не справится с обязанностями управленца, потому что женщинам не свойственно логическое мышление, сдержанность. Кроме этого, руководитель считает, что новая должность потребует посвящать больше времени работе, что затруднит выполнение семейных обязанностей для женщины.

Роль подчиненного (женщины). В такой ситуации собеседования участница выстраивает свой ответ, опираясь на собственный опыт, фантазию и желание разрешить ситуацию в свою пользу.

Сюжет 3. Дискриминация в ситуации повышения квалификации.

Роль руководителя (мужчины). Он отказывает подчиненной (женщине) в оплате курсов повышения квалификации, но собирается оплатить их другому сотруднику – мужчине.

Роль подчиненного (женщины). В такой ситуации собеседования участница выстраивает свой ответ, опираясь на собственный опыт, фантазию и желание разрешить ситуацию в свою пользу. Она пытается выяснить причины отказа, так как знает, что вместо нее оплата за курсы будет произведена другому сотруднику-мужчине.

Примечание

Сюжеты даны схематично, поэтому участники, вызвавшиеся играть участников собеседования, сами предлагают конкретные черты организации и персонажей. Ролевая игра обычно проходит в оживленной форме, и участники проявляют свои творческие способности.

До начала проигрывания каждого сюжета участники получают небольшие листочки, на которых написано содержание их роли и 2-3 минуты обсуждают их: придумывают место и время, где протекают события; дают имена персонажам; обсуждают итог собеседования.

Желательно ввести ограничение по времени на разыгрывание сюжета – не более 15-20 минут. На усмотрение ведущего занятия или по решению группы могут быть разыграны не все сюжеты или добавлены сюжеты, предложенные самой группой.

3.6. Перечень примерных тем для написания эссе

1. вербальный и невербальный язык в деловом общении.
2. виды и формы делового общения.
3. виды и формы делового общения и их значение для фирмы.
4. деловая переписка: виды и требования к оформлению.
5. деловая этика – основа бизнеса.
6. деловой этикет и коммерческая тайна.

7. деловой этикет и протокол.
 8. деловые переговоры: виды, формы и значение.
 9. деловые совещания и основные требования к их проведению.
 10. дистантные формы общения и их значение.
 10. имидж делового человека.
 11. история развития дипломатического протокола в России.
 12. культура поведения специалиста (юриста, экономиста, менеджера и др.) в повседневной профессиональной деятельности.
 13. мораль и этика в деловом общении.
 14. морально-этические правила профессионального поведения бизнесмена.
 15. национальные особенности делового общения.
 16. невербальное поведение личности и ее влияние на ход переговоров.
 17. основные правила современного делового этикета.
 18. особенности этики делового общения в западноевропейской культурной традиции.
 19. проведение официальных визитов, встреч и приемов.
 20. профессиональная этика специалиста.
 21. психологические основы этикета делового общения.
 22. публичные выступления и их роль в деловом общении.
 23. речевой этикет и культура делового общения.
 24. роль презентаций в деловом общении.
 25. служебный этикет: просьбы, приказы, наказания, поощрения, оптимизация служебного общения, трудности коммуникации.
 26. технология и психология делового общения.
 27. технология проведения деловых переговоров.
 28. управление общением, психологические барьеры.
 29. управленческая этика.
 30. этика бизнеса и социальная ответственность предпринимателя.
 31. этика деловых отношений.
 32. этика и этикет делового общения.
 33. этика предпринимательства.
 34. этикетные правила проведения деловых переговоров.
 35. развитие представлений об общении как специфическом виде деятельности.
 36. основные отличия общения от предметной деятельности.
 37. место общения в ряду других социально-психологических явлений.
- Общение и отношения.
38. подход к общению как к творческой деятельности.
 39. критерии выделения этапов общения.
 40. объективные критерии классификации видов общения.
 41. социально-психологические критерии выделения видов общения.
 42. функции общения.

43. аналитические модели межличностного общения.
44. характеристики примитивного вида общения.
45. характеристики манипулятивного вида общения.
46. характеристики делового общения.
47. характеристики личностного духовного общения.
48. особенности личностного подхода к общению.
49. потребности, мотивы и направленность личности в общении.
50. социальные способности личности и деловое общение.
51. стили общения.
52. роль личностных характеристик в протекании общения.
53. специфические характеристики коммуникации в общении.
54. речевое воздействие и типы включения в сознание реципиента.
55. виды коммуникативных воздействий.
56. структура сообщения в общении.
57. особенности коммуникации, центрированной на партнере.
58. критерии успешной - неуспешной коммуникации.
59. способы речевого выражения отношения к партнеру.
60. понятие о невербальных средствах общения.
61. соотношение вербальных и невербальных средств общения.
62. трактовка терминов: социальная перцепция, межличностное восприятие, социальное познание.
63. понятие о взаимопонимании в общении. Стратегии взаимопонимания.
64. понимание, интерпретация, атрибуция - сходства и различия.
65. понятие о взаимодействии. Виды взаимодействия. Теории «диадического взаимодействия». Подход к взаимодействию в трансактном анализе (Э.Берн).
66. понятие о кинесико-проксемических паттернах общения и невербальных интеракциях как показателях вида взаимодействия.
67. понятие о затрудненном общении и его причинах.
68. представление о личности как субъекте затрудненного и незатрудненного общения.
69. социально-психологические и психологические критерии описания субъектов затрудненного и незатрудненного общения.
70. различия преобразовательной активности субъектов затрудненного и незатрудненного общения (направленность, интенсивность, качество) и ее результатов.
71. принципы выхода из ситуаций затрудненного взаимодействия.
72. основные характеристики интерактивной стороны общения.
73. основные характеристики конфликтной ситуации и способы поведения в ней.
74. психологические требования организации беседы.
75. психологические требования к организации и проведению дискуссии.
76. практическое значение исследований в области психологии общения.

3.7. Методические рекомендации по написанию эссе

Эссе от французского «essai», англ. «essay», «assay» – попытка, проба, очерк; от латинского «exagium» – взвешивание. Создателем жанра эссе считается М.Монтень («Опыты», 1580 г.).

Эссе представляет собой сочинение-рассуждение небольшого объема со свободной композицией и собственной трактовкой какой-либо проблемы. Эссе выражает индивидуальные впечатления и соображения по конкретному поводу или вопросу и заведомо не претендует на определяющую или исчерпывающую трактовку предмета. Как правило, эссе предполагает новый, субъективно окрашенный текст о чем-либо и может иметь философский, историко-биографический, публицистический, литературно-критический, научно-популярный, беллетристический характер.

Эссе студента – это самостоятельная письменная работа на тему, предложенную преподавателем (тема может быть предложена и студентом, но обязательно должна быть согласована с преподавателем). Цель эссе состоит в развитии навыков самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. Писать эссе чрезвычайно полезно, поскольку это позволяет автору научиться четко и грамотно формулировать мысли, структурировать информацию, использовать основные категории анализа, выделять причинно-следственные связи, иллюстрировать понятия соответствующими примерами, аргументировать свои выводы; овладеть научным стилем речи.

Эссе должно содержать: четкое изложение сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ этой проблемы с использованием концепций и аналитического инструментария, рассматриваемого в рамках дисциплины, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме. В зависимости от специфики дисциплины формы эссе могут значительно дифференцироваться. В некоторых случаях это может быть анализ имеющихся статистических данных по изучаемой проблеме, анализ материалов из средств массовой информации и использованием изучаемых моделей, подробный разбор предложенной задачи с развернутыми мнениями, подбор и детальный анализ примеров, иллюстрирующих проблему и т.д.

Тема эссе.

Тема не должна инициировать изложение лишь определений понятий, ее цель – побуждать к размышлению. Тема эссе должна содержать в себе вопрос, проблему, мотивировать на размышление. Например: «Тождественна ли власть политике?», «Целесообразно ли выделение власти в отдельную структуру управления?» (формулировка данных тем предполагает аргументацию собственной точки зрения). Например, тема «Сравните взгляды на механизмы формирования оценки политики трех управленческих школ (по собственному выбору)» предполагает не только определение общих для всех трех концепций положения, но и разработку категорий для сравнения.

Например, темы эссе могут формулироваться следующим образом: «Количественная теория денег Фишера и Фридмена: общее и различия». От формулировки предложенной темы зависит, – реферат или эссе напишет студент. Студент обязан сам сформулировать рабочий вариант темы, опираясь на примерный перечень тем.

Построение эссе – это ответ на вопрос или раскрытие темы, которое основано на классической системе доказательств.

Структура эссе:

1) введение – суть и обоснование выбора данной темы, состоит из ряда компонентов, связанных логически и стилистически.

На этом этапе очень важно правильно сформулировать вопрос, на который вы собираетесь найти ответ в ходе своего исследования.

При работе над введением могут помочь ответы на следующие вопросы: «Надо ли давать определения терминам, прозвучавшим в теме эссе?», «Почему тема, которую я раскрываю, является важной в настоящий момент?», «Какие понятия будут вовлечены в мои рассуждения по теме?», «Могу ли я разделить тему на несколько более мелких подтем?». Например, при работе над темой «Экономика России времен Петра I: традиционная или командная» в качестве подтемы можно сформулировать следующий вопрос: «Какие признаки были характерны для политики того периода?».

2) основная часть – теоретические основы выбранной проблемы и изложение основного вопроса. Данная часть предполагает развитие аргументации и анализа, а также обоснование их, исходя из имеющихся данных, других аргументов и позиций по этому вопросу. В этом заключается основное содержание эссе, и это представляет собой главную трудность. Поэтому важное значение имеют подзаголовки, на основе которых осуществляется структурирование аргументации; именно здесь необходимо обосновать (логически, используя данные или строгие рассуждения) предлагаемую аргументацию/анализ. Там, где это необходимо, в качестве аналитического инструмента можно использовать графики, диаграммы и таблицы. В зависимости от поставленного вопроса анализ проводится на основе следующих категорий: причина – следствие, общее – особенное, форма – содержание, часть – целое, постоянство – изменчивость. В процессе построения эссе необходимо помнить, что один параграф должен содержать только одно утверждение и соответствующее доказательство, подкрепленное графическим и иллюстративным материалом. Следовательно, наполняя содержанием разделы аргументацией (соответствующей подзаголовкам), необходимо в пределах параграфа ограничить себя рассмотрением одной главной мысли. Хорошо проверенный (и для большинства — совершенно необходимый) способ построения любого эссе – использование подзаголовков для обозначения ключевых моментов аргументированного изложения: это помогает посмотреть на то, что предполагается сделать (и ответить на вопрос, хорош ли замысел). Такой подход поможет следовать точно определенной цели в данном исследовании. Эффективное использование подзаголовков – не только обозначение основных пунктов, которые необходимо осветить. Их последовательность может также свидетельствовать о наличии или отсутствии логичности в освещении темы.

3) заключение – обобщения и аргументированные выводы по теме с указанием области ее применения и т.д. Подытоживает эссе или еще раз вносит пояснения, подкрепляет смысл и значение изложенного в основной части. Методы, рекомендуемые для составления заключения: повторение, иллюстрация, цитата, впечатляющее утверждение. Заключение может содержать такой очень важный, дополняющий эссе элемент, как указание на применение (импликацию) исследования, не исключая взаимосвязи с другими проблемами.

Учебное текстовое электронное издание

Зайцева Елена Михайловна

ДЕЛОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ

Учебно-методическое пособие

0,70 Мб

1 электрон. опт. диск

г. Магнитогорск, 2015 год

ФГБОУ ВПО «МГТУ»

Адрес: 455000, Россия, Челябинская область, г. Магнитогорск,
пр. Ленина 38

ФГБОУ ВПО «Магнитогорский государственный
технический университет им. Г.И. Носова»

Кафедра государственного и муниципального управления и управления персоналом

Центр электронных образовательных ресурсов и

дистанционных образовательных технологий

e-mail: ceor_dot@mail.ru