

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Шебзухова Татьяна Александровна

Должность: Директор Пятигорского института (филиал) Северо-Кавказского  
федерального университета

Дата подписания: 21.09.2023 12:35:03

Уникальный программный ключ:

d74ce93cd40e39275c3ba2f58486412a1c8ef96f

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования  
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
Институт сервиса, туризма и дизайна (филиал) СКФУ в г. Пятигорске

**МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ  
ПО ВЫПОЛНЕНИЮ ПРАКТИЧЕСКИХ РАБОТ  
по дисциплине**

**ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ НА  
РУССКОМ ЯЗЫКЕ**

Направление подготовки  
Направленность (профиль)  
Квалификация выпускника  
Форма обучения

07.03.03 Дизайн архитектурной среды  
Проектирование городской среды  
бакалавр  
Очно-заочная

Методические указания рассмотрены и утверждены на заседании кафедры лингвистики и межкультурной коммуникации

протокол № \_\_\_\_\_ от « \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.  
И. о. зав. кафедрой ЛиМК

Н.Ю. Климова

# СОДЕРЖАНИЕ

## ВВЕДЕНИЕ

### РАЗДЕЛ 1. ОСНОВЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ

*Практическое занятие № 1.* Профессиональная коммуникация как механизм взаимодействия в сфере деловых отношений.

*Практическое занятие № 2.* Виды речевой деятельности. Вербальная и невербальная коммуникация

### РАЗДЕЛ 2. ПСИХОЛОГИЯ ЛИЧНОСТИ: ЕЕ ЗНАЧЕНИЕ В СФЕРЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБЩЕНИЯ

*Практическое занятие № 3.* Психолингвистические аспекты профессиональной коммуникации.

*Практическое занятие № 4.* Основы межкультурной коммуникации.

*Практическое занятие № 5.* Деловой этикет в профессиональной коммуникации.

*Практическое занятие № 6.* Конфликтные ситуации и споры в профессиональной среде.

## ВВЕДЕНИЕ

Включение дисциплины «Теория и практика профессиональной коммуникации на русском языке» в рабочий учебный план нового поколения отвечает насущным запросам общества и обусловлено осознанием необходимости гуманитаризации образования.

Коммуникативная компетентность рассматривается сегодня как одна из важнейших составляющих гуманитарной подготовки бакалавра. Ее формирование – важнейшая социальная и социокультурная задача, поскольку путь к профессиональному успеху личности возможен лишь через язык и с помощью языка.

Владение грамотной речью, нормами литературного языка (языковая компетенция), умение коммуникативно оправданно и эффективно отбирать языковые средства в соответствии с целями коммуникации, владение правилами речевого воздействия (коммуникативная компетенция), умение пользоваться словарями для решения конкретных коммуникативных задач (лексикографическая компетенция) – вот важнейшие компетенции, которые формируются в процессе освоения дисциплины.

Семинар является важнейшей формой усвоения знаний. Очевидны три структурные его части: предваряющая (подготовка к занятию), непосредственно сам семинар (обсуждение вопросов темы в группе) и завершающая часть (послесеминарская работа студентов по устранению обнаружившихся пробелов в знаниях).

Не только семинар, но и предваряющая и заключающая его части являются необходимыми звеньями целостной системы усвоения вынесенной на обсуждение темы.

Семинарское занятие является средством проверки знаний, отработки навыков самостоятельного изучения материалов по дисциплине, работы с литературой, умения логично и последовательно излагать усвоенный материал. Выступая на семинарском занятии, слушатели должны показать умение выделить основные положения, иллюстрировать их применение, а также делать практически значимые выводы из теоретических положений.

Ко всем темам семинарских занятий дан перечень наиболее важных вопросов, необходимых для усвоения, а также приведен список основной и дополнительной литературы, необходимой для изучения.

Для лучшего усвоения материала необходимо вести конспект в отдельной тетради. Такой конспект может быть в форме плана ответов по каждому вопросу темы, а в некоторых случаях и кратким ответом (со ссылками на соответствующий источник: нормативный материал или литературу).

На семинарском занятии большое внимание уделяется рассмотрению не только теоретических вопросов, но и выполнению практических упражнений, направленных на выработку умений и навыков культурной речи. К каждому семинарскому занятию студент подбирает материалы из методической литературы, СМИ, Интернета.

Рекомендуется в тетради для самостоятельной работы вести словарь терминов (в алфавитном порядке) с пояснениями к ним.

Если слушатель не подготовился к семинарскому занятию или пропустил его по какой-то причине (в том числе и по болезни), он обязан во внеурочное время отчитаться по этой теме перед преподавателем, ведущим занятие в группе. При возникновении трудностей при изучении курса, необходимо получить консультацию преподавателя, ведущего занятия, в соответствии с графиком консультаций, который имеется на кафедре ЛиМК.

При подготовке к семинарским занятиям по всем темам слушатели должны изучить:

- рекомендованную в плане семинарских занятий специальную литературу;
- рекомендованную в плане семинарских занятий дополнительную литературу;
- практикумы по деловому общению.

## РАЗДЕЛ 1. ОСНОВЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ

**Практическое занятие №1. Профессиональная коммуникация как механизм взаимодействия в сфере деловых отношений.**

**Цель:** Изучить сущность речевой коммуникации, проанализировать ее модель, функции и виды. Рассмотреть составляющие компоненты успешной речевой коммуникации.

**В результате освоения темы студент должен**

**знать** правила и требования делового этикета; основы логики, теории и практики аргументации;

**уметь** выбирать языковые средства в соответствии с ситуацией общения;

**владеть** навыком профессионального общения.

**Актуальность темы** обусловлена необходимостью овладения студентами компетенцией УК-4.

### **Теоретическая часть:**

Сущность речевой коммуникации, ее модель. Функции речевой коммуникации. Виды коммуникации. Составляющие компоненты успешной речевой коммуникации. Речевой подтекст. Метаязык. Основные теории общения. Интерактивная, коммуникативная, перцептивная стороны общения. Общение и коммуникация: сходства и различия.

**Общение** – сложный многоплановый процесс установления и развития контактов между людьми, порождаемый потребностями совместной деятельности и включающий в себя обмен информацией, выработку единой стратегии взаимодействия, восприятие и понимание другого человека (Краткий психологический словарь. М., 1985). Из определения общения вытекает, что это сложный процесс, в который входят три составляющие:

- *коммуникативная сторона* общения (обмен информацией между людьми);
- *интерактивная сторона* (организация взаимодействия между индивидами);
- *перцептивная сторона* (процесс восприятия друг друга партнерами по общению и установление взаимопонимания).

Таким образом, можно говорить об общении как организации совместной деятельности и взаимоотношении включенных в нее людей.

Передача информации возможна с помощью знаков, знаковых систем. В коммуникативном процессе обычно выделяют *вербальную* и *невербальную коммуникацию*.

**Вербальная коммуникация** общения осуществляется посредством речи. Под *речью* понимается естественный звуковой язык, т.е. система фонетических знаков, включающих два принципа – лексический и синтаксический. Речь является универсальным средством коммуникации, так как при передаче информации с ее помощью передается смысл сообщения. Благодаря речи осуществляется кодирование и декодирование информации.

### **Невербальная коммуникация:**

- Визуальные виды общения – это жесты (кинесика), мимика, позы (пантомимика), кожные реакции (покраснение, побледнение, потоотделение), пространственно-временная организация общения (проксемика), контакт глазами.
- Акустическая система, включающая в себя следующие аспекты: паралингвистическую систему (тембр голоса, диапазон, тональность) и экстралингвистическую систему (это включение в речь пауз и других средств, таких как покашливание, смех, плач и др.).
- Тактильная система (такесика) (прикосновения, пожатие руки, объятия, поцелуи).
- Ольфакторная система (приятные и неприятные запахи окружающей среды; искусственные и естественные запахи человека).

Цели общения отражают потребности совместной деятельности людей. Деловое общение почти всегда предполагает некоторый результат – изменение поведения и деятельности других людей.

Общение выступает как межличностное взаимодействие, т.е. связи и влияние, которые складываются в результате совместной деятельности людей.

Выделяют следующие виды взаимодействия:

- групповая интеграция (совместная трудовая деятельность, кооперация),
- конкуренция (соперничество),
- конфликт.

Для того чтобы общение было эффективным, диалогическим, необходимо соблюдать следующие условия:

1. равенство психологических позиций социальных субъектов независимо от их социального статуса;
2. равенство в признании активной коммуникативной роли друг друга;
3. равенство в психологической взаимоподдержке.

Спецификой взаимодействия является то, что каждый его участник сохраняет свою автономию и может обеспечивать саморегуляцию своих коммуникативных действий.

Р. Бейлз объединил наблюдаемые образцы взаимодействия в четыре глобальных категории, которые фиксируют форму взаимодействия:

Существует несколько теорий, объясняющих межличностное взаимодействие. К ним относятся: теория обмена, символический интеракционизм, теория управления впечатлениями, психоаналитическая теория.

**Перцепция** – процесс восприятия, способствующий взаимопониманию участников общения.

Человек осознает себя через другого человека посредством определенных механизмов межличностной перцепции. К ним относятся:

- познание и понимание людьми друг друга (идентификация, эмпатия, аттракция);
- познание самого себя в процессе общения (рефлексия);
- прогнозирование поведения партнера по общению (каузальная атрибуция).

**Идентификация** – способ познания другого человека, при котором предположение о его внутреннем состоянии строится на основе попыток поставить себя на место партнера по общению.

**Эмпатия** – эмоциональное сопереживание другому.

**Аттракция** (привлечение) – форма познания другого человека, основанная на формировании устойчивого позитивного чувства к нему.

**Рефлексия** – механизм самопознания в процессе общения, в основе которого лежит способность человека представлять, как он воспринимается партнером по общению.

**Каузальная атрибуция** – механизм интерпретации поступков и чувств другого человека (выяснение причин поведения объекта).

**Особенности личностной, межличностной, массовой, специализированной коммуникаций.**

Межличностная коммуникация осуществляется в тех видах общения, которые предполагают прагматические цели и конструктивность решений, и готовность каждого партнера к адекватному поведению. Панфилова А.П. различает пять видов коммуникации: познавательную, убеждающую, экспрессивную, суггестивную, ритуальную. Для каждого из них характерны свои цели и ожидаемый результат, условия организации, а также коммуникативные формы и средства.

### **Вопросы и задания:**

*1. Для успешной подготовки и проведения деловой беседы необходимо:*

- иметь привлекательный внешний вид
- уметь правильно говорить
- быть профессионалом в своей области
- вызывать доверие партнера
- быть вежливым
- знать национальные особенности партнера

- знать речевые приемы воздействия на собеседника
- правильно рассадить собеседников
- рационально определить перечень обсуждаемых вопросов
- не упускать инициативу из своих рук
- ясно представлять цель, которую нужно достигнуть
- создать удобные условия для беседы
- не спорить с партнером.

*Прономеруйте приведенные факторы в порядке значимости, с Вашей точки зрения (на первое место поставьте самое важное, на последнее – самое незначительное).*

*2. Опишите ситуацию, когда вы испытывали трудности в общении с собеседником. Каковы были причины этих трудностей? Удалось ли их преодолеть в процессе беседы (переговоров)? Какие затруднения Вы испытываете чаще всего в процессе а) бытового общения, б) делового общения.*

#### **Рекомендуемая литература:**

##### **Основная литература**

1. Яшин, Б.Л. Культура общения: теория и практика коммуникаций: учебное пособие для учащихся высших учебных заведений / Б.Л. Яшин. - М.; Берлин: Директ-Медиа, 2015. - 243 с.

##### **Дополнительная литература**

1. Интегрированные маркетинговые коммуникации: учебник / под ред. И.М. Синяева. - М.: Юнити-Дана, 2015. - 504 с.

2. Апенько, С.Н. Коммуникационный консалтинг: архитектура организационных коммуникаций: учебное пособие / С.Н. Апенько, К.В. Гилева. - Омск: Омский государственный университет, 2014. - 220 с.

##### **Интернет-ресурсы:**

1. <http://www.elibrary.ru>
2. <http://www.gramota.ru>
3. <http://www.gramma.ru>

## **Тема занятия 2: Виды речевой деятельности. Вербальная и невербальная коммуникация.**

**Цель:** охарактеризовать виды речевой деятельности. Изучить пути совершенствования навыков устной речи, особенности невербальных средств общения.

#### **В результате освоения темы студент должен**

**знать** основные виды речевой деятельности; иметь представление о вербальной и невербальной коммуникации;

**уметь** выбирать языковые средства в соответствии с ситуацией общения; пользоваться средствами вербальной и невербальной коммуникации.

**владеть** навыком распознавания жестов, мимики, пантомимики участников общения.

**Актуальность темы** обусловлена необходимостью овладения студентами компетенцией УК-4.

#### **Теоретическая часть:**

Виды вербальной коммуникации: устная, письменная речь, слушание. Устная речь: диалог как одна из форм речевого общения. Виды диалога: информационный, фатический, манипулятивный, полемический. Коммуникативные барьеры непонимания и способы их преодоления.

К вербальным средствам коммуникации относятся письменная и устная речь, слушание и чтение. Устная и письменная речь участвуют в производстве текста (процесс передачи информации), а слушание и чтение – в восприятии текста, заложенной в нем информации.

Одним из основных средств передачи информации является речь. В речи реализуется и через нее посредством высказываний выполняет свою коммуникативную функцию язык. К основным *функциям языка* в процессе коммуникации относятся: коммуникативная (функция обмена информацией); конструктивная (формулирование

мыслей); апеллятивная (воздействие на адресата); эмотивная (непосредственная эмоциональная реакция на ситуацию); фатическая (обмен ритуальными (этикетными) формулами); метаязыковая (функция толкования. Используется при необходимости проверить, пользуются ли собеседники одним и тем же кодом).

Функцию, которую выполняет язык в процессе коммуникации, определяет вид высказывания и отбор слов. В зависимости от целей, которые преследуют участники коммуникации, выделяют следующие типы высказываний: сообщение, мнение, суждение, рекомендация, совет, критическое замечание, комплимент, предложение, вывод, резюме, вопрос, ответ.

Речь делится на внешнюю и внутреннюю. Внутренняя речь понимается как общение человека с самим собой. Но такое общение не является коммуникацией, так как не происходит обмена информацией. Внешняя речь включает в себя диалог, монолог, устную и письменную речь. Проблема диалога является основной для изучения процесса коммуникации. Диалог – вид речи, характеризующийся зависимостью от обстановки разговора, обусловленностью предыдущими высказываниями. Выделяют следующие виды диалога: *информативный* (процесс передачи информации); *манипулятивный* (скрытое управление собеседником). Речевыми средствами манипуляции являются: эмоциональное воздействие, использование общественных норм и представлений, лингвистическая подмена информации; *полемический*; *фатический* (поддержание контакта).

В процессе коммуникации могут возникнуть коммуникативные барьеры:

1. *Логический барьер* – возникает у партнеров с неодинаковым видом мышления. В зависимости от того, какие виды и формы мышления преобладают в интеллекте каждого партнера, они общаются на уровне понимания или непонимания.

2. *Стилистический барьер* – несоответствие формы представления информации ее содержанию. Возникает при неправильной организации сообщения. Сообщение должно быть построено: от внимания к интересу; от интереса к основным положениям; от основных положений к возражениям и вопросам, ответам, выводам, резюмированию.

3. *Семантический (смысловой) барьер* – возникает при несоответствии лингвистического словаря со смысловой информацией, а также из-за различий в речевом поведении представителей разных культур.

4. *Фонетический барьер* – препятствия, создаваемые особенностями речи говорящего (дикция, интонация, логические ударения и т.д.). Надо говорить четко, внятно, достаточно громко.

**Сущность вербального общения. Потеря информации и способы ее восполнения в вербальном общении.**

Деловое общение предполагает не только и не сколько передачу эмоций, состояний, сколько передачу информации. Содержание инф-ии передается при помощи языка, т.е. принимает вербальную, или словесную форму. При этом частично искажается смысл инф-ии, частично происходит ее потеря. При передаче инф-ии нужно возникшую идею, мысль сначала словесно оформить во внутренней речи, затем перевести из внут. речи во внешнюю, т.е. высказать. Это высказывание должно быть услышано и понято. На каждом этапе происходит потери инф-ии и ее искажение. Величина этих потерь определяется и общим несовершенством чело. речи, невозможностью полно и точно восполнить мысли в словесные формы. И все же люди понимают друг друга. Понимание постоянно корректируется, поскольку общение это не просто передача инф-ии, а обмен инф-ей, предполагающей обратную связь.

**Невербальные средства общения.**

Язык мимики и жестов в деловой коммуникации. Понятие жестов и их классификация. Факторы, влияющие на интерпретацию невербальных сигналов в процессе общения. Зоны и дистанции в деловой коммуникации. Организация пространственной среды в деловой коммуникации.

*Визуальная (невербальная) коммуникация* – передача информации посредством невербальных средств общения (жестов, мимики, телодвижений, цвета, пространственной

среды и т.д.). Визуальный облик задается временем и господствующими в этот период тенденциями. Спортивные тенденции нашего века диктуют образ делового человека. Чтобы человека не воспринимали отрицательно, он обязательно должен выдавать определенную информацию невербальным способом. По невербальному поведению партнера по коммуникации мы можем определить его установку на общение. Различают следующие установки: доминирование – равенство – подчинение; заинтересованность – незаинтересованность; официальность – доверительность; закрытость – открытость. Наиболее ярко эти установки проявляются в стиле приветствия: установка на превосходство – человек с такой установкой подает руку для приветствия ладонью вниз; установка на подчинение – ладонь вверх; установка на равенство – ладонь перпендикулярно полу. Если Вам протянули руку ладонью вниз, пожимая ее, шагните вперед – ладони выравниваются.

Э. Сэмпсон предлагает таблицу положительных и отрицательных сигналов, встречающихся при невербальной коммуникации.

| <b>Положительные сигналы</b>       | <b>Отрицательные сигналы</b> |
|------------------------------------|------------------------------|
| Человек, выступая с докладом       |                              |
| Использует пространство            | Не использует пространство   |
| Демонстрирует спокойствие          | Демонстрирует нервозность    |
| Удобно стоит                       | Крутит какие-то предметы     |
| Имеет контакт глазами с аудиторией | Дотрагивается до лица        |
| Держит ладони открытыми            | Сжимает кулаки               |

Существуют различные зоны визуальной коммуникации: 1. Интимная зона (15-45 см) – допускаются только самые близкие люди. В каждой культуре свой размер интимной зоны. 2. Личная зона (45-120 см) – общение деловых партнеров. 3. Социальная зона (120-350 см) – общение в малой группе (10-15 чел.). Пресс-конференции, круглый стол, семинар и т.д.. 4. Публичная зона (от 350 см) – общение с большой группой людей, массовой аудиторией. Соблюдение зон и границ взаимодействия является элементом делового этикета. Знание зон позволит правильно построить коммуникацию и достичь наибольшего эффекта.

#### **Роль в деловой беседе средств невербального общения**

Неверб. ср-ва общ. – кинесика, просодика и экстра-лингвистика, такесика, проксемика. Наиб. значимы кинес. ср-ва (поза, жест, мим., походка, взгляд и т.п.) – зрительно воспринимаемые движения др. чел., вып. выразительно-регулятивную ф-ю в общ.. К просод. и экстра-линг. явлениям относят хар-ки голоса. Просодика – это общее назв. таких ритмико-интонц. сторон речи, как высота, громкость тона, тембр, сила ударения. Экстралингв. сис-ма – это включение в речь пауз, а также разл. рода психофизиолог. проявл. чел.: плача, кашля, смеха, и т.п.. К такесич. ср-вам общ. отн. динамические прикосн. в форме рукопож., похлопывания, поцелуя. К проксемич. хар-кам отн. ориентац. партнеров в момент общ. и дистанция между ними. На эти хар-ки прямое влияние оказ. культ. и нац. факторы.

#### **Невербальные знаки: реальность понимания и использования.**

При любом контакте мы посылаем партнеру два вида сигналов – словесную информацию, выражающую содержание, и сопутствующие ей невербальные знаки, выражающие наше отношение к существу дела и к партнеру. Психологи установили, что только 20 % информации передается с помощью вербальных средств, а все остальное – невербально.

Невербальные сообщения могут быть закодированы посредством:

1. Выразительных движений тела – экспрессивное поведение (позы, мимика, жесты).

2. Звукового оформления речи (громко, быстро, ритмично).
  3. Определенным образом организованной микросреды (дистанции, обстановка, расположение в пространстве).
  4. Использования материальных предметов, имеющих символическое значение.
- Функции невербальной коммуникации по отношению к вербальным сигналам:
1. Дополнение, включая дублирование и усиление вербального сообщения.
  2. Опровержение.
  3. Замещение.
  4. Регулирование разговора.

### **Вопросы и задания:**

1. Характеристика видов речевой деятельности.
2. Совершенствование навыков устной речи.
3. Техника речи.
4. Невербальные средства общения.
5. Значение мимики и позы в процессе делового общения.
6. Роль и функции жестов в профессиональной коммуникации.

Для подготовки к семинарскому занятию в форме ролевых игр необходимо выполнить (устно) следующие упражнения:

*1. Определите, владеете ли вы навыками человека, приятного в общении:*

- Умее ли вы поздороваться так, чтобы вам улыбнулись в ответ?
- Умее ли вы так прервать затянувшийся разговор, чтобы собеседник на вас не обиделся?
- Умее ли вы шуткой разрядить обстановку, остудить закипевшие страсти?
- Умее ли вы так отказать человеку, обратившемуся к вам с бестактной или несвоевременной просьбой, чтобы не прервать с ним отношения?
- Если с вами грубы, можете ли вы не отвечать грубостью? Способны ли вы спокойно ответить грубияну или другим способом «осадить» его?
- Умее ли вы попрощаться так, чтобы вас захотелось увидеть снова?

*2. Работа над интонацией. В ряде ситуаций деловой человек не может себе позволить открыто и резко сказать собеседнику, что он о нем думает. Однако, находясь в рамках приличий, свое отношение можно выразить интонацией. Произнести одну и ту же фразу, придавая ей прямой и противоположный смысл средствами интонирования:*

- Рад вас видеть.
- Спасибо за работу.
- Вы такие благодарные клиенты.
- Приходите завтра.
- Приезжайте к нам еще.
- Я в восторге.
- Вы внимательные слушатели.
- Спасибо, мне очень приятно ваше внимание.

### **Рекомендуемая литература:**

#### **Основная литература**

1. Яшин, Б.Л. Культура общения: теория и практика коммуникаций: учебное пособие для учащихся высших учебных заведений / Б.Л. Яшин. - М.; Берлин: Директ-Медиа, 2015. - 243 с.

#### **Дополнительная литература**

1. Интегрированные маркетинговые коммуникации: учебник / под ред. И.М. Синяева. - М.: Юнити-Дана, 2015. - 504 с.
2. Апенько, С.Н. Коммуникационный консалтинг: архитектура организационных коммуникаций: учебное пособие / С.Н. Апенько, К.В. Гилева. - Омск: Омский государственный университет, 2014. - 220 с.

#### **Интернет-ресурсы:**

1. <http://www.elibrary.ru>
2. <http://www.gramota.ru>
3. <http://www.grammar.ru>

### **Тема занятия 3: Психолингвистические аспекты профессиональной коммуникации.**

**Цель:** Изучить основные типы коммуникабельности людей, особенности женского и мужского типа коммуникабельности, возрастные особенности людей и их влияние на процесс профессиональной коммуникации.

**В результате освоения темы студент должен**

**знать** основные типы коммуникабельности людей, гендерные, возрастные особенности, влияющие на профессиональное общение;

**уметь** выбирать языковые средства в соответствии с ситуацией общения;

**владеть** навыком распознавания основных типов коммуникабельности людей.

**Актуальность темы** обусловлена необходимостью овладения студентами компетенцией УК-4.

#### **Теоретическая часть:**

Тактика убеждения нередко зависит от типа собеседника. В качестве примера можно привести классификации, предлагаемые различными специалистами.

В.П. Шейнов разделяет собеседников на позитивных, вздорных, всезнаек, болтунов, трусишек, хладнокровных и неприступных, незаинтересованных, «важных птиц» и «почемучек».

Дж. Ягер выделяет следующие управленческие типы собеседников: ломака, решающий с ходу, разведчик, наставник, хвостун, рассказчик, манипулятор, ударник, скрытный, доморощенный психолог, везунчик, нытик.

А.П. Панфилова предлагает следующую классификацию деловых партнеров: мыслитель (когнитивный тип), собеседник (эмоционально-коммуникативный тип) и практик (практический тип).

В последнее время активно развивается соционика, изучающая информационное взаимодействие психики человека с окружающим миром. Основы соционики были заложены в трудах К.Г. Юнга и развиты в трудах литовской исследовательницы А. Аугустина-вичюте. В соционике на основании четырех параметров – логика, этика, сенсорика и интуиция – все люди поделены на 16 типов: «Дон Кихот», «Дюма», «Гюго», «Робеспьер/Декарт», «Гамлет», «Максим», «Жуков/Македонский», «Есенин/Тутанхамон», «Наполеон/Цезарь», «Бальзак», «Джек Лондон», «Драйзер», «Штирлиц/Холмс», «Достоевский/Ватсон», «Гексли», «Габен».

Существуют классификации, разработанные другими авторами, но все они, как и перечисленные, требуют отдельной углубленной подготовки к практическому использованию. Для успешной речевой коммуникации, особенно в сфере сервиса и туризма, предлагается упрощенная, удобная в использовании и проверенная опытом структура коммуникабельности. Основные коммуникативные типы различаются на основе преобладания следующих речевых характеристик:

- доминантность;
- мобильность;
- ригидность;
- интровертность.

**Доминантный собеседник** стремится завладеть инициативой в речевой коммуникации, не любит, чтобы его перебивали. Он нередко резок, насмешлив, говорит чуть громче, чем другие.

Чтобы добиться цели общения, особенно в деловой сфере, не рекомендуется перехватывать у доминантного партнера инициативу, перебивать, а также использовать выражения речевого давления («*Хватит!*», «*Замолчи!*», «*Надоел!*» и т. п.). Следует применить стратегию «речевого изматывания». Дождавшись паузы, быстро и четко формулировать свои интересы. Вступление в речь через паузу не выглядит внешне как

перехват инициативы, хотя по существу таковым является. С каждой паузой ваша позиция становится все отчетливее, доминантный собеседник вынужден уже с ней считаться и как-то оценивать. Вы добились главного – вас внимательно слушают.

**Мобильный собеседник** не испытывает никаких трудностей в речевой коммуникации. Он легко входит в разговор, говорит много, охотно, нередко интересно, часто перескакивает с темы на тему, не теряется в незнакомой компании.

Это один из лучших типов для бытового общения. Однако в деловой сфере постоянное желание мобильного собеседника менять тему снижает эффективность речевой коммуникации. Поэтому следует через резюме, вопросы, выводы возвращать его к теме (кстати сказать, мобильный партнер, как правило, спокойно относится к тому, что его перебили). Иначе можно с удовольствием проговорить весь день (особенно если оба партнера мобильные) и разойтись, так и не уяснив даже основные моменты темы.

**Ригидный собеседник** испытывает трудности обычно при вступлении в речевую коммуникацию. Когда же этап вступления позади, ригидный собеседник четко формулирует свою позицию, логичен, рассудителен. Этот тип наиболее хорош для конструктивного делового общения.

Чтобы речевая коммуникация с ригидным партнером была продуктивной, его следует «разогреть» на начальном этапе общения. В данном случае не рекомендуется сразу переходить к предмету речевой коммуникации, предпочтительно расширить вступительную часть, поговорить на отвлеченную тему, создать ситуацию этикетного общения.

Если с мобильным партнером вы начнете речевой контакт с разговора на отвлеченную тему, то очень скоро горько пожалеете об этом. Но если с ригидным собеседником вы перейдете к теме без вступления, то вначале будете получать в ответ на ваши вопросы «возможно», «надо подумать», «как сказать» и т. п.

**Интровертный собеседник** не стремится владеть инициативой и готов отдать ее без особых возражений. Он нередко застенчив, скромн, склонен принижать свои возможности, не любит разговоров на интимную тему. Резкие, грубые фразы могут выбить его из колеи, а присутствие при беседе посторонних (особенно незнакомых) лиц заметно сковывает его.

Чтобы речевой контакт с интровертным партнером проходил нормально, следует постоянно вербально и невербально показывать, что вы уважаете его как интересного собеседника, цените его высказывания. Не следует перебивать интроверта, опровергать его доводы без мотивации – речевой контакт может неожиданно и надолго прерваться. Лучше беседовать с интровертным партнером.

Каждый тип общения по-своему интересен, но незнание особенностей любого из них может привести к отрицательным последствиям. Естественно, далеко не всегда мы имеем дело с абсолютным проявлением в человеке того или иного типа коммуникабельности, но всегда какой-либо тип будет определяющим.

Приведем несколько примеров того, как понимание типов общения может оказаться полезным в жизни.

Молодые люди встречались некоторое время, прекрасно общались, и, решив, что они созданы друг для друга, поженились. Однако уже через месяц они начали ссориться, и с каждым днем все чаще. Что же произошло? Причин может быть много, но основная, возможно, в искривлении общения. Сошлись два доминанта, и если до женитьбы кто-то уступал, то теперь никто уступать не хочет. Скорее всего, если один из них будет сдвигать свою доминантность в сторону ригидности, согласие в доме восстановится.

В электричке молодой человек решил познакомиться с девушкой, сидящей напротив. Но на все его вопросы девушка отвечала неохотно: «да», «нет», «может быть». Здесь возможны два варианта:

- 1) девушка не желает с ним разговаривать;
- 2) девушка еще не готова с ним разговаривать в силу своей ригидности.

Нужно попробовать «разогреть» ее, и если все равно речевой контакт не получится, то остается, к сожалению, первый вариант.

Специалисты в области управления отмечают, что интроверты, являясь отличными исполнителями, редко бывают хорошими руководителями. А если вы решили сделать карьеру в управлении, будучи интровертом? Что ж, можно попробовать. Но следует сдвигать свой тип общения в сторону ригидности, при этом жестко контролируя свою речь. И конечно, готовиться к каждой беседе, переговорам в несколько раз основательнее, чем может позволить себе человек, относящийся к мобильному или доминантному типу.

### **Эго-состояния и речевое общение**

В 60-х гг. XX в. американский психолог Э. Берн разработал модель эго-состояний (я-состояний). Согласно этой модели «человек в социальной группе в каждый момент времени обнаруживает одно из состояний Я – Родителя, Взрослого или Ребенка. Люди с разной степенью легкости могут переходить из одного состояния в другое».

**Состояние Родителя.** Когда человек начинает думать, говорить, действовать, чувствовать, как это делали его родители или другие люди, пользовавшиеся у него авторитетом в детстве, он попадает в состояние Родителя.

Причем неважно, действительно ли эти авторитетные для него люди вели себя именно так, как осталось в памяти. Просто, как считает Берн, «каждый носит в себе Родителя».

Состояние Родителя может проявляться двояким образом:

1. *Критическое состояние Родителя.* В общении реализуется через выражение заповедей, запретов, норм и правил.

Примеры:

Руководитель своему референту: «Когда Вы, наконец, начнете готовить нормальные справки?»

Менеджер турфирмы своему коллеге (раздраженно): «Я не могу все время делать за тебя твою работу».

2. *Кормяще-заботливое состояние Родителя.* В общении проявляется через выражение одобрения, готовности оказать помощь, навязчивой заботливости.

Примеры:

Преподаватель на экзамене – студенту: «Не волнуйтесь, вы сейчас обязательно вспомните».

Опытная делопроизводитель – молодой сотруднице (заботливо): «Давайте я это сделаю за вас».

**Состояние Взрослого.** Когда человек трезво и по-деловому взвешивает факты, учитывает реальное положение вещей, использует накопленный опыт, он попадает в состояние Взрослого.

Состояние Взрослого полезно при решении различных проблем, выражении деловых отношений, участии в дискуссиях, когда необходимо анализировать различные точки зрения.

Примеры:

Консультант фирмы – клиенту: «Вас устраивает такое решение вопроса?»

Администратор гостиницы – директору: «Я готова предоставить вам сведения по оборудованию номеров к четвергу».

**Состояние Ребенка.** Когда человек действует, говорит и чувствует, как он это делал в детстве, он попадает в состояние Ребенка. Это состояние может проявлять себя двумя способами:

1. *Приспосабливающийся Ребенок.* Проявляется в повиновении, чувстве вины, замкнутости, «уходе в себя». Такое поведение ориентировано на то, чтобы поступить так, как ожидают другие.

Примеры:

Референт – руководителю (робко): «А как я должен был составить справку?»

Администратор гостиницы – директору (подчеркнуто покорно): «Я полностью согласна с вами».

2. *Естественный Ребенок.* Проявление чувств (радость, обида, грусть и т. д.) человека в состоянии естественного Ребенка не зависит от того, что хотят от него другие.

Примеры:

Коллега – коллеге: «Ну, старик, ты гений!»

Менеджер турфирмы – клиенту: «Это будет прекраснейшая поездка!»

Для распознавания эго-состояний большое значение имеет знание интонаций, формулировок, невербальных элементов (выражение лица, жесты, поза). Таблица, составленная на основе рекомендаций немецкого специалиста Р. Шмидта, приведенных в книге «Искусство общения», помогает это сделать.

### **Характеристика эго-состояний**

**Состояние родителя**

**Состояние взрослого**

**Состояние Ребенка**

Эго-состояния проявляются через *трансакты* – любое вербальное и невербальное общение как минимум двух людей.

Э. Берн различает три формы трансакта: параллельный, перекрестный и скрытый.

Коммуникация может быть особенно эффективной в том случае, если она ведется в рамках параллельного трансакта, т. е. когда Ребенок разговаривает с Ребенком, Родитель с Родителем, а Взрослый с Взрослым. В других вариантах возможны сложности и непонимание.

Например, если чиновник говорит на языке Родителя, а посетитель – на языке Взрослого, то вполне вероятно, что возникнет непонимание. Оно может быть разрешено двумя способами: либо Родитель поймет, что язык стереотипов устарел, и попытается приблизить свое мышление и высказывания к реальности, либо Взрослый во избежание конфликта сумеет найти в себе Родителя и постарается на родительском языке закончить беседу, для того чтобы благополучно выйти из этой ситуации.

В жизни людей, особенно в семейной сфере, часто бывают столкновения Ребенка и Взрослого, Ребенка и Родителя. Вместе с тем перекрестные трансакты, если они используются сознательно и конструктивно, могут быть полезными.

Наибольшую сложность представляют скрытые трансакты.

Допустим, имеется следующая схема:

Она реализуется в микродиалоге:

*Продавец.* Эта модель лучше, но она вам не по карману. *Покупательница.* Вот ее-то я и возьму.

Продавец в состоянии Взрослого констатирует, что «Эта модель лучше» и «Она вам не по карману». На социальном уровне эти слова кажутся обращенными к Взрослому покупательницы, поэтому она должна была бы ответить: «Вы, безусловно, правы и в том и в другом». Однако на психологическом уровне продавец стремится пробудить в ней Ребенка и добивается этого. Покупательница начинает думать: «Несмотря на финансовые последствия, я покажу этому наглецу, что я ничуть не хуже других его покупателей». Вместе с тем продавец как бы принимает ответ покупательницы за ответ Взрослого, решившего сделать покупку.

Следует отметить, что не бывает ни плохих, ни хороших эго-состояний. Каждое из них имеет свои преимущества и недостатки. Для успешной коммуникации необходимо стремиться свободно владеть всеми состояниями.

### **Вопросы и задания:**

Для подготовки к тренингу личностного роста необходимо выполнить следующие упражнения:

1. *Ответьте на вопрос: «Ты не дашь мне переписать лекции по речевой коммуникации?» в стиле:*

- Родителя критического;
- Родителя заботливого;
- Взрослого.
- Ребенка приспособливающегося;
- Ребенка естественного.

2. (Работа в паре). Разыграйте ситуации общения, например: вам необходимо попасть на киносеанс, а вы забыли билет. Найдите подход к билетерше, если это:

А) молодая симпатичная девушка;

Б) женщина средних лет, которая стремится выглядеть моложе;

В) сурового вида старушка.

Предложите собственные варианты, обыграйте их.

#### **Рекомендуемая литература:**

##### **Основная литература**

1. Яшин, Б.Л. Культура общения: теория и практика коммуникаций: учебное пособие для учащихся высших учебных заведений / Б.Л. Яшин. - М.; Берлин: Директ-Медиа, 2015. - 243 с.

##### **Дополнительная литература**

1. Интегрированные маркетинговые коммуникации: учебник / под ред. И.М. Синяева. - М.: Юнити-Дана, 2015. - 504 с.

2. Апенько, С.Н. Коммуникационный консалтинг: архитектура организационных коммуникаций: учебное пособие / С.Н. Апенько, К.В. Гилева. - Омск: Омский государственный университет, 2014. - 220 с.

##### **Интернет-ресурсы:**

1. <http://www.elibrary.ru>

2. <http://www.gramota.ru>

3. <http://www.gramma.ru>

#### **Тема занятия 4: Основы межкультурной коммуникации.**

**Цель:** изучить специфику национального и межнационального общения представителей разных стран (Япония, Китай, Германия, Италия, Франция, США, Россия).

**В результате освоения темы студент должен**

**знать** особенности межличностного общения представителей различных культур, специфику западного и восточного делового этикета;

**уметь** выбирать языковые средства в соответствии с ситуацией общения;

**владеть** навыком профессионального общения с представителями разных стран.

**Актуальность темы** обусловлена необходимостью овладения студентами компетенцией УК-4.

##### **Теоретическая часть:**

Национальные особенности и их влияние на профессиональную коммуникацию. Национальное и межнациональное общение: Япония, Китай, Германия, Италия, Франция, США, Россия.

Межкультурная коммуникация (МКК) представляет собой особый раздел общей теории коммуникации, исследующий — в теоретическом и практическом отношении — коммуникативное взаимодействие представителей разных культур.

Деловое международное общение предусматривает необходимость понимания и учета особенностей характера и отличительных черт поведения народов, представителей разных стран.

При налаживании деловых контактов с зарубежными партнерами и поездках за границу следует обязательно ознакомиться с обычаями и этикетом этих стран.

##### **Американский стиль ведения переговоров**

Для американцев характерны позитивный настрой, энтузиазм и энергичность, внешнее проявление дружелюбия и открытости. Они предпочитают раскрепощенную, не слишком официальную атмосферу, ценят юмор и хорошо реагируют на него. Как правило, у американцев бывает хорошо проработанная сильная позиция, и это сказывается на манере ведения переговоров. Часто американцы исходят из того, что партнер по переговорам должен руководствоваться теми же критериями, подходами, правилами, что и они. В этой связи им бывает сложно увидеть проблему партнера и понять ее. В результате возможно возникновение непонимания между участниками переговоров.

**Французский стиль ведения переговоров** Переговоры с французскими предпринимателями значительно отличаются более медленным темпом, чем, например, с американскими предпринимателями. В отличие от американских бизнесменов французские стараются избегать рискованных финансовых операций. Они не сразу позволяют убедить себя в целесообразности сделанного предложения, предпочитая аргументированно и всесторонне обсудить каждую деталь предстоящей сделки.

**Немецкий стиль ведения переговоров** Если вы сомневаетесь в том, что сможете соблюсти все условия и сроки договоренностей с немецкими коллегами, лучше заранее отказаться от своих предложений. Так как немцы очень аккуратны и щепетильны, отличаются трудолюбием, прилежанием, пунктуальностью, бережливостью, рациональностью, организованностью, педантичностью, скептичностью, серьезностью, расчетливостью, стремлением к упорядоченности, пунктуальность и строгая регламентация сказываются везде.

**Английский стиль ведения переговоров** В отличие от немцев англичане в меньшей степени уделяют внимание вопросам подготовки к переговорам, они подходят к ним с большой долей прагматизма, полагая, что в зависимости от позиции партнера на самих переговорах и может быть найдено оптимальное решение. При этом они достаточно гибки и охотно отвечают на инициативу партнера. Особенностью англичан является умение избегать острых углов во время переговоров.

**Итальянский стиль ведения переговоров** Практика ведения деловых переговоров отвечает аналогичным нормам большинства европейских стран. Некоторые различия проявляются в поведении представителей крупных и мелких фирм. Последние, как правило, более энергичны и активны на первых этапах установления контактов, стремятся не затягивать решения организационных и формальных вопросов, охотно идут на альтернативные варианты решений. Итальянцы экспансивны, горячи, порывисты, отличаются большой общительностью.

**Испанский стиль ведения переговоров** Стиль ведения переговоров с представителями испанских фирм менее динамичен, чем с американскими. Так же, как и предприниматели других стран, испанские бизнесмены большое значение придают тому, чтобы переговоры велись между людьми, занимающими практически равное положение в деловом мире или обществе. По своему характеру испанцы серьезны, открыты, галантны, человечны, обладают большим чувством юмора и способностью работать в команде.

**Шведский стиль ведения переговоров** Шведская деловая этика наиболее близка к немецкой, но не столь суха. К ее характерным чертам относятся прилежность, пунктуальность, аккуратность, серьезность, основательность, порядочность и надежность в отношениях. Шведы придерживаются традиционных взглядов на одежду делового человека, предпочитая классический стиль. Для мужчин это темный, обычно синий в мелкую полоску или серый костюм. Для женщин – более или менее строгий, не очень яркий костюм или не слишком вычурное платье.

**Китайский стиль ведения переговоров** Стиль ведения переговоров с китайскими партнерами отличается длительностью – от нескольких дней до нескольких месяцев. Это объясняется тем, что китайцы никогда не принимают решений без досконального изучения всех аспектов. Если вы хотите сберечь свое время и сократить сроки проработки вашего предложения, направьте его подробное и конкретное описание за 3–4 недели до командировки.

**Японский стиль ведения переговоров** В Японии, как и в странах с другими культурными традициями, чаще всего в деловые отношения вступают люди, знающие друг друга. Звонки без предварительной договоренности и письма, посланные без предварительного представления отправителя, не срабатывают. Вы должны организовать представление вашей компании, а затем точно, без отклонений, следовать тщательно разработанной последовательности действий.

**Корейский стиль ведения переговоров** К установлению деловых отношений корейцы подходят иначе, чем в странах Запада. Трудно наладить контакт путем прямого обращения к южнокорейской фирме в письменном виде. Желательна личная встреча,

договориться о которой лучше всего через посредника. Ваш посредник, хорошо знакомый с вашими будущими партнерами, представит вашу организацию, расскажет о ваших предложениях, о вашем личном статусе на фирме и т. д. Корейцы открытые, общительные, очень вежливые и хорошо воспитанные люди. Поэтому будет уместным помнить, что теплое отношение к вам может и не означать, что вам удалось так уж заинтересовать ваших партнеров своими предложениями. Они просто проявляют вежливость, и вы должны отвечать тем же.

**Арабский стиль ведения переговоров** Каждая арабская страна имеет свою специфику. В качестве общих черт многие исследователи отмечают национальную гордость и осознание исторической значимости, восприятие необходимости сильного лидера и достаточно развитые бюрократические традиции. Арабские участники переговоров внимательно относятся к личности своего партнера и его отношению к общеарабским ценностям, как правило, стремятся установить с ним доверительные отношения. Они также предпочитают проводить предварительную проработку тех или иных деталей, обсуждаемых на переговорах вопросов.

Начиная переговоры с любыми представителями Запада или Востока, нужно учитывать, что трудности на переговорах часто происходят из-за различий в ожиданиях, которые нередко обусловлены различиями в национальных культурах участников переговоров.

При этом следует отметить, что при совпадении интересов сторон национальные различия не замечаются, но стоит возникнуть конфликту, как они начинают играть существенную роль. Знание национальной специфики ведения переговоров поможет избежать ошибок восприятия и произвести более благородное впечатление на партнера, установить с ним долгосрочные партнерские отношения.

#### **Вопросы и задания:**

1. Напишите доклад об особенностях коммуникативного поведения в разных странах мира (по выбору студента) в соответствии с требованиями (см. Приложение 1).
2. Для подготовки к тренингам в форме ролевых игр необходимо выполнить следующее упражнение: (*Работа в паре*). «*Общение по телефону*».

Слушатели разбиваются на пары и располагаются спиной друг к другу для имитации телефонного общения. Один представляет собой человека, которому нужно договориться по телефону о встрече, другой – иностранца, достаточно свободно говорящего по-русски. Задача заинтересованной стороны – договориться о встрече с гостем из-за рубежа.

#### **Рекомендуемая литература:**

##### **Основная литература**

1. Яшин, Б.Л. Культура общения: теория и практика коммуникаций: учебное пособие для учащихся высших учебных заведений / Б.Л. Яшин. - М.; Берлин: Директ-Медиа, 2015. - 243 с.

##### **Дополнительная литература**

1. Интегрированные маркетинговые коммуникации: учебник / под ред. И.М. Синяева. - М.: Юнити-Дана, 2015. - 504 с.
2. Апенько, С.Н. Коммуникационный консалтинг: архитектура организационных коммуникаций: учебное пособие / С.Н. Апенько, К.В. Гилева. - Омск: Омский государственный университет, 2014. - 220 с.

##### **Интернет-ресурсы:**

1. <http://www.elibrary.ru>
2. <http://www.gramota.ru>
3. <http://www.grammar.ru>

#### **Тема занятия 5: Деловой этикет в профессиональной коммуникации.**

**Цель:** Изучить основы речевого этикета в профессиональной коммуникации, этикетные формулы типичных ситуаций. Познакомиться с этикой пользования телефонами.

**В результате освоения темы студент должен**

**знать** основы делового этикета, этикетные формулы деловой коммуникации;

**уметь** выбирать языковые средства в соответствии с ситуацией общения;

**владеть** навыком делового общения.

**Актуальность темы** обусловлена необходимостью овладения студентами компетенцией УК-4.

#### **Теоретическая часть:**

**Деловой этикет** - это свод правил, определяющих культуру взаимоотношений между теми, кто занят или предполагает заняться совместной деятельностью.

Деловой этикет затрагивает все стороны делового взаимодействия. Он включает правила общения между коллегами, между руководителями и подчиненными; нормы приличия при проведении официальных встреч; условия ведения продуктивных телефонных переговоров; правила оформления деловой документации.

К основным требованиям этикета, определяющим тактику повседневных действий и поступков, относят: вежливость; галантность; предупредительность; корректность; терпимость; скромность; тактичность; обязательность, точность. Все они взаимосвязаны, и каждый из них вносит свои акценты и нюансы во взаимоотношения.

Деловой этикет проявляется в умении презентовать себя, в такте, доброжелательности, способности проявлять эмпатию; в культуре устной и письменной речи; в следовании правилам телефонных переговоров и телекоммуникаций; в способности эффективно управлять на основе правил делового менеджмента; в овладении секретами деловых переговоров; в самообладании и чувстве собственного достоинства в конфликтных ситуациях.

Основная функция или смысл этикета, определяют как формирование таких правил поведения в обществе, которые способствуют взаимопониманию людей в процессе общения. Второй по значению функцией этикета является функция удобства, то есть целесообразность и практичность.

В цивилизованном мире деловой этикет считается экономической категорией. Там, где присутствует этикет, выше производительность, лучше результаты. Правила делового этикета обеспечивают эффективность переговоров, помогают достичь взаимопонимания в общем деле, наиболее благоприятно представить себя при деловой встрече, с достоинством выйти из критической, конфликтной ситуации. Кроме того, этикет в силу своей жизненности создает приятный психологический климат, способствующий деловым контактам.

Переговоры – специфический вид деловой коммуникации, имеющий свои правила и закономерности, использующий разнообразные пути к достижению соглашения, совместный анализ проблем. Цель переговоров – достижение согласованного и устраивающего все стороны решения.

Переговоры начинаются задолго до того, как стороны сядут за стол и их участники приступят к обсуждению вопросов. К переговорам необходимо всегда готовиться. Подготовка к переговорам – это первая стадия переговорного процесса и от того, как она будет проведена, во многом зависят результаты переговоров и принятые на них решения.

**Деловые совещания**, как показывает практика деловой жизни, более эффективны, чем просто административные решения узкого круга управленцев. Но плохо подготовленные и плохо проведенные совещания, созываемые по каждому поводу, наносят большой вред, так как они пожирают время сотрудников, отвлекая их от основной работы, и вырабатывают несерьезное, даже пренебрежительное отношение к совещаниям со стороны подчиненных.

В сегодняшней деловой жизни **конференции** являются довольно распространенным и обыденным событием. Они организуются и проводятся для обсуждения спорных вопросов или вопросов, которые актуальны и интересны всем участникам.

**Презентацией** называется официальное мероприятие, представляющее общественности новую фирму или новый продукт, или ещё какое-то другое новое

достижение организации. Любая презентация имеет цель: расширение рынка сбыта, поиск новых партнёров, развитие бизнеса и т. д.

### **Этикет деловой переписки**

В понятие «официальная переписка» входит любое письмо или другая форма корреспонденции, направляемые любым официальным лицом от своего имени и в силу занимаемого им поста.

Всю официальную корреспонденцию можно разделить на два основных вида:

- официальная переписка между государственными организациями различных стран, иностранными представительствами и их должностными лицами (ноты, меморандумы, памятные записки). В основном этот вид корреспонденции используется в дипломатической практике;

- деловые (коммерческие) письма, имеющие часто полуофициальный характер и широко применяемые при организации деловых контактов между фирмами, организациями.

- **Этикет телефонного разговора**

В современной деловой жизни умение правильно и эффективно говорить по телефону не менее важно, чем деловая переписка. Часто именно телефонный разговор закладывает основы будущего успешного делового сотрудничества, т.к. выступает визитной карточкой организации или делового партнёра.

Разговор по телефону имеет свои важные особенности. В этом разговоре не имеет значение внешний вид, обстановка вокруг собеседников. Главное значение придаётся речевой культуре беседующих людей и звучанию их голосов.

### **Вопросы и задания:**

1. Речевой этикет в профессиональной коммуникации.
  2. Этические принципы речевого поведения.
  3. Этика и сфера общения.
  4. Манеры человека в деловой обстановке.
  5. Этикетные формулы типичных ситуаций.
  6. Этика пользования телефонами.
7. Для подготовки к данному семинару на основе кейс-методов необходимо выполнить следующее упражнение:

*Какие этикетные фразы вы используете для вежливой формы отказа? Запишите 3 -5 вариантов.*

- 1) принять предложение;
- 2) выслать новые каталоги;
- 3) принять посетителя.

### **Рекомендуемая литература:**

#### **Основная литература**

1. Яшин, Б.Л. Культура общения: теория и практика коммуникаций: учебное пособие для учащихся высших учебных заведений / Б.Л. Яшин. - М.; Берлин: Директ-Медиа, 2015. - 243 с.

#### **Дополнительная литература**

1. Интегрированные маркетинговые коммуникации: учебник / под ред. И.М. Синяева. - М.: Юнити-Дана, 2015. - 504 с.
2. Апенько, С.Н. Коммуникационный консалтинг: архитектура организационных коммуникаций: учебное пособие / С.Н. Апенько, К.В. Гилева. - Омск: Омский государственный университет, 2014. - 220 с.

#### **Интернет-ресурсы:**

1. <http://www.elibrary.ru>
2. <http://www.gramota.ru>
3. <http://www.gramma.ru>

**Тема занятия 6: Конфликтные ситуации и споры в профессиональной среде.**

**Цель:** Дать классификацию конфликтов, изучить стадии конфликта, его структуру, стратегии поведения в конфликтной ситуации.

**В результате освоения темы студент должен**

**знать** классификацию конфликтов, стадии конфликта, его структуру, стратегии поведения в конфликтной ситуации;

**уметь** выбирать тактику поведения в конфликтной ситуации;

**владеть** навыком поведения в конфликтной ситуации.

**Актуальность темы** обусловлена необходимостью овладения студентами компетенцией УК-4.

### **Теоретическая часть:**

**Конфликт** – это столкновение противоположно направленных целей, интересов, позиций, мнений и взглядов двух или нескольких людей.

#### **Виды конфликтов:**

##### **Внутриличностный конфликт.**

Здесь участниками конфликта являются не люди, а различные психологические факторы внутреннего мира личности, часто кажущиеся или являющиеся несовместимыми: потребности, мотивы, ценности, чувства и т. п.

Одна из наиболее распространенных форм – это ролевой конфликт, когда различные роли человека предъявляют к нему противоречивые требования. Например, будучи хорошим семьянином (роль отца, матери, мужа, жены и т. п.), человек должен вечера проводить дома, а положение руководителя может обязать его задержаться на работе. **Межличностный конфликт.** Это самый распространенный тип конфликта. В организациях он проявляется по-разному. Чаще всего — это борьба за ограниченные ресурсы: материальные средства, производственные площади, время использования оборудования, рабочую силу и т. д. Каждый считает, что в ресурсах нуждается именно он, а не другой.

**Конфликт между личностью и группой.** Неформальные группы устанавливают свои нормы поведения, общения. Каждый член такой группы должен их соблюдать. Отступление от принятых норм группа рассматривает как негативное явление, возникает конфликт между личностью и группой. Другой распространенный конфликт этого типа – конфликт между группой и руководителем.

**Межгрупповой конфликт.** Организация состоит из множества формальных и неформальных групп, между которыми могут возникать конфликты. Например, между руководством и исполнителями, между работниками различных подразделений, между неформальными группами внутри подразделений, между администрацией и профсоюзом.

**Социальный конфликт** – это «ситуация, когда стороны (субъекты) взаимодействия преследуют какие-то свои цели, которые противоречат или взаимно исключают друг друга». Социальный конфликт – это сложное явление, включающее несколько аспектов. Но именно наличие противоборствующих сторон со своими потребностями, интересами и целями является основой конфликта, его осевой линией.

#### **5 стратегий поведения в конфликте:**

##### **1. Избегание (уход от решения ситуации)**

Стратегия ухода отличается стремлением уйти от конфликта. Такое поведение бывает, если предмет конфликта не имеет существенного значения. Как правило, это взаимная уступка, т.е. обе стороны готовы избежать ситуации спора, чтобы сохранить отношения.

##### **2. Уступка**

Человек, придерживающийся данной стратегии, так же как и в предыдущем случае, стремится уйти от конфликта. Но причины «ухода» в этом случае иные. Человек, принимающий стратегию уступки, жертвует личными интересами в пользу интересов соперника. Это может быть связано с психологическими особенностями человека – неспособностью и нежеланием вступать в конфронтацию. На уступки можно пойти из-за неадекватной оценки предмета конфликта – занижение его ценности для себя. В этом случае принятая стратегия является самообманом и не ведет к разрешению конфликта. А

иногда уступка может оказаться лишь тактическим шагом на пути достижения главной стратегической цели – отдать малое, чтобы выиграть большее. При всех выделенных особенностях стратегии уступки важно иметь в виду, что она оправдана в тех случаях, когда условия для разрешения конфликта не созрели. И в этом случае она ведет к временному «перемирию» на пути конструктивного разрешения конфликтной ситуации.

### **3. Соперничество (принуждение)**

Выбор стратегии принуждения в конечном итоге сводится к выбору: либо выигрыш, либо сохранение отношений. Каждый из участников отстаивает только свои интересы, не считаясь с интересами другого. При такой стратегии активно используются власть, сила закона, авторитет, манипуляции и т. д. Таким способом можно разрешить конфликтную ситуацию, если предмет спора действительно очень важен для одного из участников и ради этого стоит пойти на риск. Однако, в большинстве случаев даже, если вопрос решается, проигравшая сторона все равно пребывает в состоянии скрытого конфликта и это обязательно проявится в другой ситуации.

### **4. Компромисс**

При компромиссе ни одна из конфликтующих сторон не получает удовлетворения сполна – каждый вынужден в чем-то поступиться своими интересами. Зато отношения вроде бы сохранены! Мнение, что компромисс – лучшее решение конфликта, довольно распространено. Однако в большинстве случаев компромисс, нельзя рассматривать как способ разрешения конфликта. Это лишь этап на пути поиска приемлемого решения проблемы.

### **5. Сотрудничество**

Стратегия сотрудничества характеризуется высоким уровнем ориентации как на собственные интересы, так и на интересы соперника. Этот подход базируется на удовлетворении интересов обеих сторон и сохранении межличностных отношений. Особое место в выборе данной стратегии занимает предмет конфликта. Если предмет конфликта имеет жизненно важное значение для одной или обеих сторон, то о сотрудничестве не может быть и речи. Сотрудничество – самый сложный, но и самый выгодный путь решения конфликта. Только в этом случае есть полное удовлетворение сторон и уверенность в том, что конфликт действительно решен, а не запятан до поры до времени в дальний угол.

#### **Профилактика конфликтных ситуаций.**

Правильный подбор и расстановка кадров, учитывая профессиональные и психологические качества; авторитет руководителя, позитивное признание его заслуг; позитивные традиции в коллективе, носителями которых является большая часть сотрудников.

#### **Меры и средства предотвращения и ликвидации конфликта:**

Строгое соблюдение основных правил ведения дискуссии:

Следует уделять внимание анализу возможных противоречий, предпосылок конфликта, определению возможных оппонентов и их вероятных позиций.

Также существует перечень правил, который дает ориентиры для линии поведения, которая противодействует возникновению серьезных конфликтов:

Признавать друг друга.

Слушать, не перебивая.

Демонстрировать понимание роли другого.

Четко формулировать предмет обсуждения.

Устанавливать общие точки зрения.

Выяснить, что вас разъединяет.

После этого снова описать содержание конфликта.

Искать общее решение.

#### **Вопросы и задания:**

1. Классификация конфликтов.
2. Стадии и структура конфликта.

3. Стратегия поведения в конфликтной ситуации.
4. Спор, полемика, дебаты: психологические аспекты убеждения; психологические аспекты внушения.
5. *Разыграйте ситуации «Опоздание» (по условию, опоздание столь значительно, что ожидающий уже выведен из терпения):*
  - а) свидание с другом;
  - б) дома после обещанного срока возвращения;
  - в) на деловой встрече.

*Справка: бесконфликтный выход из создавшейся ситуации получается в том случае, если удастся занять психологическую позицию и стимулировать психологическую позицию партнера следующим образом:*

- а) Ребенок – Ребенок;
- б) Ребенок – Родитель;
- в) Взрослый – Взрослый.

#### **Рекомендуемая литература:**

##### **Основная литература**

1. Яшин, Б.Л. Культура общения: теория и практика коммуникаций: учебное пособие для учащихся высших учебных заведений / Б.Л. Яшин. - М.; Берлин: Директ-Медиа, 2015. - 243 с.

##### **Дополнительная литература**

1. Интегрированные маркетинговые коммуникации: учебник / под ред. И.М. Синяева. - М.: Юнити-Дана, 2015. - 504 с.
2. Апенько, С.Н. Коммуникационный консалтинг: архитектура организационных коммуникаций: учебное пособие / С.Н. Апенько, К.В. Гилева. - Омск: Омский государственный университет, 2014. - 220 с.

##### **Интернет-ресурсы:**

1. <http://www.elibrary.ru>
2. <http://www.gramota.ru>
3. <http://www.gramma.ru>

## **СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ**

##### **Основная литература**

1. Яшин, Б.Л. Культура общения: теория и практика коммуникаций: учебное пособие для учащихся высших учебных заведений / Б.Л. Яшин. - М.; Берлин: Директ-Медиа, 2015. - 243 с.

##### **Дополнительная литература**

1. Интегрированные маркетинговые коммуникации: учебник / под ред. И.М. Синяева. - М.: Юнити-Дана, 2015. - 504 с.
2. Апенько, С.Н. Коммуникационный консалтинг: архитектура организационных коммуникаций: учебное пособие / С.Н. Апенько, К.В. Гилева. - Омск: Омский государственный университет, 2014. - 220 с.

##### **Интернет-ресурсы:**

1. <http://www.elibrary.ru>
2. <http://www.gramota.ru>
3. <http://www.gramma.ru>