

ЗМІСТ

Вступ.....	3
Розділ 1. Тематика семінарських занять.....	6
Семінар №1. Етика, етикет: сутність та правила, стан та перспективи розвитку етики.....	6
Семінар №2. Процес спілкування та його складові.....	8
Семінар №3. Стиль і манери ділової людини.....	13
Семінар №4. Вербальні засоби спілкування. Майстерність публічного мовлення.....	15
Семінар №5. Невербальні засоби спілкування та етикет.....	23
Семінар №6. Індивідуальна бесіда, як форма ділового спілкування.....	32
Семінар №7. Колективне обговорення ділових проблем.....	35
Семінар №8. Сучасні концепції вирішення конфліктів.....	39
Розділ 2. Види контролю знань студентів.....	43
Тематика рефератів.....	43
Питання до модульної контрольної роботи №1.....	44
Питання до модульної контрольної роботи №2.....	46
Список додаткової літератури.....	51

ВСТУП

В сучасних умовах, коли відходить «золота ера» неймовірних прибутків, виникає потреба у створенні формальних і неформальних правил гри у бізнесі. Основою цих правил є моральні норми, які завжди цінувалися і не перестають цінуватися зараз, оскільки вони допомагають прогнозувати моделі поведінки ділових партнерів, краще планувати діяльність фірм, організацій.

Відома стародавня мудрість: «Стався до іншого так, як ти хотів би щоб ставилися до тебе». Подальше описання норм і правил етики ділових відносин розкриває сутність наведеного вислову, тобто, іншими словами, відповідає на питання: якого ставлення до себе ми бажаємо?

За сучасних умов управлінцям і підприємцям досить часто доводиться бути в ситуаціях, які можна охарактеризувати як двозначні, вийти з яких при ліміті часу, різниці поглядів, спираючись лише на загальноприйняті критерії Добра, Справедливості, Краси і Достатку, важко. Звідси і підприємцю, і менеджеру, і державному службовцю необхідно знати якого значення надають діловій етиці, чесності і порядності їхні партнери.

Загальнопросвітні тенденції і власний досвід підводять до принципового висновку: індустріальний, промисловий та економічний поступ значно більше залежить від духовної культурної складової, ніж від суто технічних нововведень.

Для того, щоб повести людей за собою або спільно з ними розв'язувати проблеми, потрібно володіти способами і засобами спілкування, етичними та психологічними правилами їх застосування. У зв'язку з тим, що всі люди різні, успішна ділова взаємодія неможлива без творчого підходу до кожної ситуації, без добору відповідних словесних конструкцій та несловесних сигналів, що їх супроводжують.

Навчальний предмет „Етика ділового спілкування” розглядає і досліджує поняття етики і моралі та їх роль у формуванні культури поведінки, структуру та техніку ділового спілкування, методи забезпечення результативного спілкування, форми ділового спілкування, організації проведення ділових переговорів та прийомів.

Отже, мета вивчення дисципліни – навчити використовувати мотиви, потреби партнера в інтересах своєї справи, підприємства. Курсом передбачається вивчення принципів поведінки, яка сприяє створенню доброзичливої атмосфери порозуміння і ефективності ділового вирішення проблем, та набуття вмінь та навичок ділового спілкування.

Цей курс буде доповненням до курсів: психологія менеджменту, психологія управління, управління персоналом. Базою для нього є курси філософії та психології, етики та естетики.

Об'єкт дисципліни – ділове спілкування, а її предмет – його моральний та психологічний аспекти, етичні та психологічні механізми.

Етика ділового спілкування — це нова навчальна дисципліна, становленню й розвитку якої сприяли різні галузі науки (етика, психологія, філософія, соціологія) та практики (управління, менеджмент, маркетинг тощо). Проте найсуттєвіший вплив на неї, звичайно, справили етика і психологія — науки, що займаються людинознавством і вивчають одну й ту саму природу людської поведінки (але під різними кутами зору) і чинники, що впливають на життєдіяльність людей та їхню взаємодію.

Етика — наука про мораль, її розвиток, принципи, норми й роль у суспільстві, іншими словами — про правильне (і неправильне) у поведінці. Отже, треба розрізнити етику як науку, а мораль як реальне явище, яке вона вивчає. **Мораль** є формою суспільної свідомості, спрямованою на ствердження самоцінності людини, її прав на гідне та щасливе життя.

Оскільки і етика, і психологія вивчають поведінку людей у взаємодії, у процесі їхньої спільної діяльності, то можна сказати, що **етика ділового спілкування** - дисципліна, що виникла на стику етики й психології.

Завдання курсу “Етика ділового спілкування” - допомогти студентам:

- здобути знання про філософські, етичні, психологічні основи ділового спілкування, його норми й правила, шляхи їх застосування, особливості етикету в різних умовах трудової діяльності;

- навчитись аналізувати конкретні ситуації, розпізнаючи типи людей, рівень їхньої моральності та індивідуальні особливості, що виявляються під час ділового спілкування;

- навчитись творчо застосовувати обрані способи й засоби у процесі спілкування із партнерами під час індивідуальної бесіди й колективного обговорення проблем, у виступах перед різними аудиторіями, на переговорах, при розв'язанні конфліктів та ін.

Отже, значна частина курсу вивчається студентами самостійно, тому важливе місце відводиться виконанню завдань, а також підготовці до практичних занять, тренінгів.

Контроль знань і умінь здійснюватиметься на основі: тестування, контрольних робіт, колоквіумів після вивчення окремих тем.

Підсумковий контроль – залік (тестування або аналіз творчих завдань).

РОЗДІЛ 1. ТЕМАТИКА СЕМІНАРСЬКИХ ЗАНЯТЬ

СЕМІНАР №1. ЕТИКА, ЕТИКЕТ: СУТНІСТЬ ТА ПРАВИЛА, СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЕТИКИ

Ця тема є основною при вивченні курсу, тому розуміння студентами етичних проблем, які існують у сучасному бізнесі, сприятиме оволодінню основними навичками їх вирішення.

Людство пройшло шлях від простого бажання вижити, до бажання жити гідно, цікаво, творчо. В сучасних умовах все більшого обґрунтування набуває ідея етичної мотивації у ділових стосунках.

Слід звернути увагу на те, що економічні відносини в усі часи регулювалися визначеними етичними принципами. Вже світові релігії містять етику господарювання. Етика протестантизму розглядається як одне з джерел капіталізму. Нормативні принципи зафіксовані й в загальнолюдських етичних нормах - «не вкради», «не вбий» тощо.

Етичні принципи у вітчизняному бізнесі пройшли не простий шлях, тому вивчення теми слід почати з історії становлення, розвитку етичних норм, аналізу відомих робіт, передусім Аристотеля «Нікомахова етика», М.Вебера «Протестантская этика и дух капитализма», П. Шихирева «Этические принципы ведения дел в России» та інші.

Проблеми ділової культури бізнесу все більш активно обговорюються в багатьох країнах, у тому числі й в Україні.

В процесі підготовки до семінару:

1. Ознайомтеся з рекомендованою літературою, проаналізуйте документи, що приймаються світовим товариством, а також тенденції, які характеризують сучасні підходи в бізнесі.

2. Зверніть увагу на те, що проблеми бізнес-етики за структурою можна поділити на **внутрішні** (чесність, відповідальність, але водночас і підкуп, розголошення таємниць, несправедливе ставлення управлінців до персоналу тощо) та **зовнішні**, характерні для всієї бізнес - сфери (порушення вимог екологічної безпеки, зловживання у фінансовій сфері, обдурювання споживачів, хабарі тощо).

3. Наведіть відповідні приклади та знайдіть способи їх цивілізованого вирішення.

Питання до обговорення

1. Поняття „етикет” і "такт". З історії виникнення та розвитку етикету.
2. Функції ділового етикету в організації та інтеграції ділової взаємодії.
3. Особливості службового етикету.

Додаткові запитання до обговорення

1. Субординація - це тільки привілей керівника? Як Ви вважаєте?
2. Просування по службі. Чи відповідає цьому процесу вислів «На війні як на війні»?
3. "Конкурент: знайти та знешкодити". Чи згодні Ви з цим висловом?
4. Яку роль відіграє професійна етика в ділових стосунках у сфері бізнесу та торгівлі?
5. Які основні етичні принципи використовуються в ділових стосунках?
6. Як Ви вважаєте, як в Україні використовуються етичні норми у ділових відносинах?
7. Бути етичним і додержуватися закону - це одне і те ж чи ні?
8. Чи слід дотримуватись одних й тих же норм поведінки в різних країнах?
9. Проаналізуйте ситуацію:

Гідний відпочинок

«Мені довелося бути присутнім на презентації в одному з київських туристичних агентств. Коли мені зателефонували й запросили прийти, щоб отримати приз, то наполягали, щоб я обов'язково прийшов з дружиною чи своєю дівчиною. Я взяв із собою колегу. Під час розмови я зрозумів, що дівчина їм знадобилася для того, щоб тиснути на мене. Тому, коли я відмовився купити тиждень відпочинку на островах, менеджер, який «розкручував» нас, взявся за мою супутницю: «Невже така красива жінка не заслуговує гідного відпочинку», «У вашого молодого чоловіка напевно є гроші, невже він жалкує їх для вас».

* Які етичні принципи порушує менеджер?

* Що робити в такій ситуації?

Література

1. Аристотель Никомахова етика // Соч. в 4т., т. V. – М., 1983.
2. Бороздина Г.В. Психология делового общения. – Р/Д., 2006.
3. Психология и этика делового общения // Под ред. В.Н. Лавриненко. – М., 2000.
4. Палеха Ю. Организация современной деловой коммуникации. – К., 1999.
5. Палеха Ю. Ділова етика. Навчальний посібник. – К., 2002.
6. Парыгин Б.Д. Анатомия общения. – СПб., 2002.
7. Чмут Т.К. Етика ділового спілкування. – К., 2004.

СЕМІНАР №2. ПРОЦЕС СПІЛКУВАННЯ ТА ЙОГО СКЛАДОВІ

Спілкування - це складний, багатогранний процес встановлення і розвитку контактів між людьми під час їх спільної життєдіяльності

Спілкування має багато функцій, основними є контактуюча, інформативна, координуюча, спонукальна.

Е. Берн поділяв спілкування на різні типи: ритуальне, розважальне, ігрове, духовне, ділове, маніпуляційне.

Спілкування має рівні (індивідуальне, групове, масове); методи (монолог, діалог, бесіда, дискусія, полеміка, співбесіда та ін.); засоби (вербальні - мовні, невербальні - міміка, жести, поза).

Для того щоб зрозуміти психологічну природу спілкування зверніть увагу на основні функції спілкування (комунікативну, інтерактивну, перцептивну), з'ясуйте, які психологічні механізми задіяні під час спілкування.

Визначте і поясніть такі психологічні механізми сприйняття як емпатія, рефлексія, ідентифікація.

Краще зрозуміти психологію спілкування дозволить знайомство з теоріями видатних психологів З. Фрейда, К. Юнга, Е. Берна.

Ділове спілкування - це спілкування змістом якого є «справа», з приводу якої виникає і розвивається комунікативний процес; метою такого спілкування є організація та оптимізація того чи іншого виду діяльності.

Аналізуючи літературу, з'ясуйте, які особливості має ділове спілкування.

Ділове спілкування передбачає розмову з одним співрозмовником чи з групою людей. У процесі спілкування можна виділити декілька етапів: встановлення контакту; оцінка співрозмовника, групи; орієнтація людини в ситуації; обговорення питання, проблеми; прийняття рішення; припинення контакту.

Кожному етапу відповідає характерний для нього прийом, метод.

Спеціалістами у сфері соціальної психології розроблені цілі методики використання основних прийомів, методів спілкування та зазначені типові помилки. Знайомство з рекомендованою літературою дозволить оволодіти вірними прийомами та методами, що сприятимуть продуктивному спілкуванню.

Бар'єр у спілкуванні - це внутрішня перешкода психологічної природи, що заважає людині успішно спілкуватися.

Бар'єрами у спілкуванні найчастіше виступають негативні емоції, незнання мови, упереджене ставлення, перше враження та інше. Використовуючи рекомендовану літературу, з'ясуйте, що це за бар'єри, та чому вони виникають (див. рисунок 2.1, 2.2).



Рисунок 2.1 – Перепони на шляху спілкування

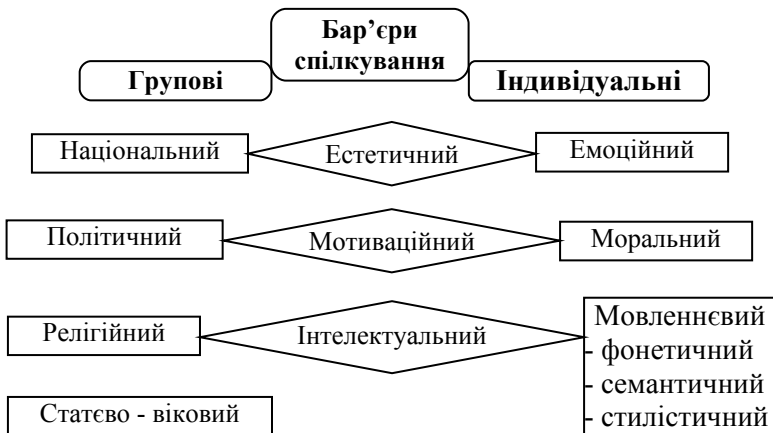


Рисунок 2.2 - Бар'єри спілкування

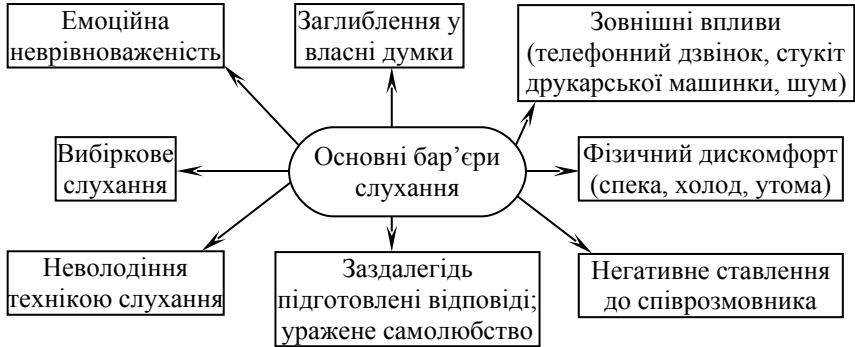


Рисунок 2.3 - Основні бар'єри слухання



Рисунок 2.4 – Основні стилі слухання та прийоми активного слухання

Таблиця 2.1 – Принципи ефективного слухання

	Принципи	Поганий слухач	Хороший слухач
1	Знаходити інтерес у предметі розмови	Виключається з бесіди, якщо тема йому нецікава	Шукає можливості використати на свою користь, ставлячи собі питання: „Чим це може бути мені корисним?”
2	Оцінювати зміст, а не манеру подання	Виключається з бесіди якщо подання слабе	Оцінює зміст, не звертаючи уваги на манеру подання і помилки
3	Стримувати свій запал	Вступає в суперечку	Не висловлює будь – яких суджень, доки не зрозуміє суті справи
4	Намагатися слухати	Млявий вигляд. Удавана увага	Дуже старається, виявляє активність своєю позою
5	Не піддаватися на відволікаючі моменти	Легко відволікається	Уникає відволікаючих моментів або бореться з ними. Знає, як можна зосередитися
6	Тренувати свій розум	Чинить опір прийняттю важкого матеріалу, пов’язаного з роз’ясненням чого – небудь. Шукає легких, приемних тем	Використовує важкий матеріал для того, щоб тренувати свій розум
7	Намагатися ставитися до всього без упередження	Реагує на емоційно навантажені слова	Може пояснити собі дію емоційно навантажених слів не „зациклюється” на них
8	Використовувати собі на благо ту обставину, що думка швидша за слово	Віддається стороннім думкам, коли розмовляє з людиною, яка говорить повільно	Обмірковує інформацію, намагається вгадати подальший хід думок співрозмовника, робить висновки в думках, зважає факти, прислухається не тільки до змісту а й до інтонації голосу.

Питання до обговорення

1. Сутність поняття спілкування.
2. Сторони спілкування.
3. Перепони на шляху ефективного спілкування.
4. Бар'єри взаєморозуміння. Основні бар'єри слухання.

Додаткові питання

1. Що означає визначення „комунікативний процес”? Які складові комунікативного процесу?
2. Які чинники поліпшують комунікативний процес, а які перешкоджають йому?
3. Які існують заходи подолання та уникнення бар'єрів у спілкуванні?
4. Як емоції впливають на характер взаємодії та міжособистісних взаємин?
5. Які якості вміння допомагають підвищенню особистісного впливу?
6. Як проявляється вплив однієї людини на інших через владу?
7. Які існують моральні бар'єри? Чи сприяє їх подолання підвищенню рівня моральної та психологічної культури спілкування?

Розв'язання ситуаційної задачі

Вас призначили керівником. Ваші дії.

Література

1. Атватер И. Я Вас слушаю (советы руководителю, как правильно слушать собеседника). – М., 1998.
2. Бороздина Г.В. Психология делового общения. – Р/Д., 2006.
3. Кубрак О.В. Этика делового та повсякденного спілкування. – К., 2002.
4. Обозов Н.Н., Щекин Г.В. Психология работы с людьми. – К., 1998
5. Психология и этика делового общения // Под ред. В.Н. Лавриненко. – М., 2000.
6. Палеха Ю.І. Ділова етика. – К., 2002.
7. Парыгин Б.Д. Анатомия общения. – СПб., 2002.

СЕМІНАР 3. СТИЛЬ І МАНЕРИ ДІЛОВОЇ ЛЮДИНИ

В останнє десятиліття в наше життя увійшло і стало широко використовуватись таке поняття як імідж (з англ. - образ, престиж, репутація). Імідж підприємця це оцінка його морально-особистісних, інтелектуальних, професійних та етичних якостей оточуючими. Імідж - це самопрезентація, конструювання людиною свого образу.

Імідж – поняття об'ємне, бо містить у собі внутрішні та зовнішні ознаки.

Давнє прислів'я говорить: «За одягом зустрічають, за розумом проводжають». Багато хто вважає, що зовнішній вигляд ніщо, порівняно з внутрішніми якостями людини. Проте слід пам'ятати, що манера одягатися як раз виявляє індивідуально-психологічні особливості. Тому людина може скласти своє уявлення про іншу людину за зовнішнім виглядом.

Особливо важливою є перша хвилина зустрічі, оскільки в основному за першим враженням визначається соціально-психологічний портрет і характер подальших взаємовідносин. Як свідчать психологи, змінити перше враження дуже складно. Тому, якщо людина бажає налагодити добрі стосунки з оточуючими, слід приділяти увагу своїй зовнішності.

Серед модельєрів побуває такий вислів: «Мода - це розвага». Якщо цей вислів може і підходить пересічній людині, але не бізнесмену чи бізнес - леді. Більшість іміджмейкерів стверджують, що склався певний стереотип щодо зовнішнього вигляду бізнесмена, і ділова мода достатньо консервативна.

За допомогою рекомендованої літератури, з'ясуйте:

1. Які особливості складових класичного чоловічого та жіночого ділового одягу та чим вони пояснюються?

1. Чи стосується одягу формула «місце, обставини, час»?

Для створення позитивного іміджу треба звертати увагу на манеру поведінки на прийомах. Звісно, в її основі всі основні правила етикету, проте з'ясуйте, які знання та вміння необхідні, щоб мати впевнений та елегантний вигляд.

Питання до обговорення

1. Поняття про імідж ділової людини. Які його складові.
2. Що впливає на формування іміджу.
3. Зовнішній вигляд ділової людини. Загальні правила.

Додаткові питання

1. Напишіть для себе рекламне оголошення „Шукаю роботу”, подаючи в

ньому свої можливості й особистісні якості.

2. Які елементи іміджу менеджера, підприємця, викладача ,на Вашу думку, найважливіші. Доведіть та обґрунтуйте свою думку.

3. Знайдіть у літературі приклади „в пізнаваного”, іміджу. Вкажіть елементи іміджу (зовнішнього вигляду та поведінки). Наприклад, елементи іміджу Ш. Холмса: трубка, скрипка.



Рисунок 3.1 – Імідж, його формування

Література

1. Алехина И. Имидж и этикет делового человека. – М 2000.
2. Діловий етикет/Автор укл. І. Афанасьєв. – К., 1999.
3. Бороздина Г.В. Психология делового общения. – Р/Д., 2006.
4. Кузин В. Имидж бизнесмена. – М., 2001.
5. Почепцов Г. Имиджелогия. – М., 2001.

6. Шепель В. М. Имиджология. – М., 2005.

СЕМІНАР 4. ВЕРБАЛЬНІ ЗАСОБИ СПІЛКУВАННЯ. МАЙСТЕРНІСТЬ ПУБЛІЧНОГО МОВЛЕННЯ

Людині, яка виступає перед групою (промовець, лектор), властиві публічне мислення і мистецтво говоріння, а для тих, кому адресований виступ, характерною є діяльність, пов'язана зі сприйманням і розумінням того, що вони чують і бачать, тобто мистецтво слухання.

Ще в старовину говорили: "Слово наполовину належить тому, хто говорить, а наполовину тому, хто слухає". Публічне спілкування, що реалізується говорінням промовця та слуханням присутніх на зустрічі людей, передбачає їх активну мислительно-мнемічну діяльність, концентрацію і спрямованість їхньої уваги, інтерес до процесу прийняття та обробки інформації.

За допомогою схеми та таблиць треба розглянути вербальні засоби спілкування

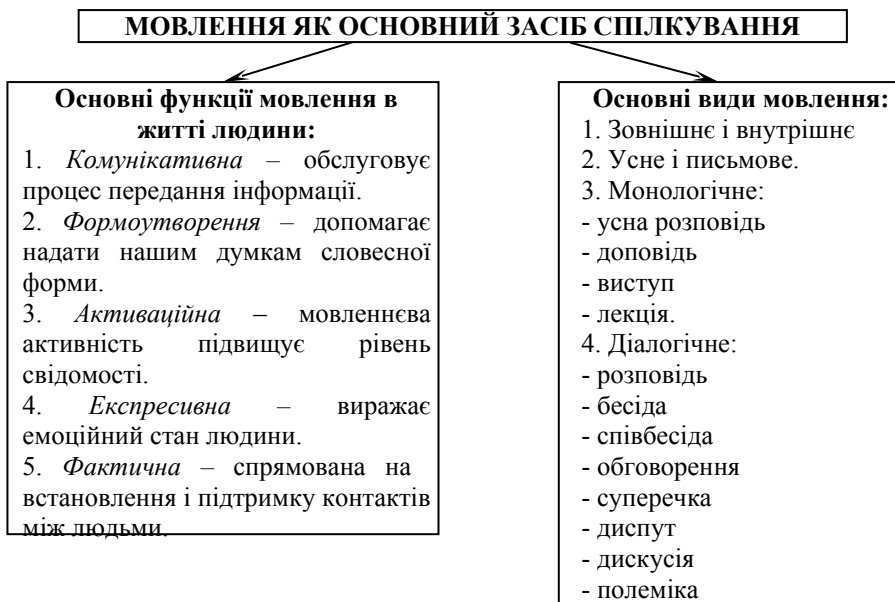


Рисунок 4.1 – Мовлення як основний засіб спілкування

Таблиця 4.1 – Різновиди ораторського мовлення

Види ораторського мовлення	Характеристика та особливості	Особливості використання
1	2	3
Інформаційне мовлення	Мовлення з метою дати нове уявлення про будь – що. Воно може бути у формі оповіді, опису, пояснення. Таке мовлення не повинне бути суперечливим, має викликати інтерес, задовольняти потреби слухача. Повідомлення мусить бути актуальним.	„Таке мовлення взагалі обліковане. Воно побудоване з урахуванням інтересів слухача на доцільному поєднанні елементів нового і старого, конкретного в подробицях і в цілому. Вступ варто підібрати і опрацювати так, щоб він підвищував увагу, викликав інтерес, розкривав наміри оратора. Головна частина повинна бути розвинута відповідно до визначеного плану і з урахуванням тематичного завдання, складу аудиторії та обстановки. У висновку ще раз пояснюється поставлена мета, враховується передусім інтерес слухачів.
Надихаюче мовлення	Мовлення з метою прояснити питання, підкреслити його значення, надихнути слухачів.	„Не намагайтеся сісти і приготувати промову за тридцять хвилин. Не можна її спекти на замовлення, як пиріг. Вона повинна визріти. Виберіть тему на початку тижня, обміркуйте її у вільний час, виношуйте її, не забувайте про неї ні вдень, ні вночі. Обговорюйте її з друзями. Робіть її предметом бесід. Ставте самому собі всілякі питання на дану тему. Ідеї,

		думки, приклади будуть приходити до вас у будь – який час (Д. Карнегі).
--	--	---

Продовження таблиці 4.1

1	2	3
Переконуюче мовлення	Мовлення з метою логічними доказами довести чи спростувати будь – яке положення.	„Що б не було обране вами у вступній частині мовлення, які б переконливі плани і методи ви не використовували, якими б не були ваші завершальні висновки, - все варто розвивати відповідно до цієї реакції аудиторії, на яку ви розраховуєте” (П. Сопір).
Закличне до дії	Мовлення з метою заклику до дії. Воно буває прямим, непрямим. Дія може настати будь – коли чи негайно, але маються на увазі дії самих слухачів, а не відсутніх. Воно повинно містити: фактичні дані, будити психічну сприйнятливність, приводити до згоди. Воно повинно змусити слухача відчутти потребу зробити те, про що просить оратор.	„Слухачі повинні відгукнутися на заклик відразу на місці, і від усієї душі. Слухачі повинні зрозуміти вас і сповнитися нетерпінням зробити усе, що ви від них хочете” (П. Сопір).

Таблиця 4.2 – Класифікація індивідуальних мовленнєвих типів особистості

Назва індивідуального мовленнєвого типу	Характеристика
1	2
	До цієї групи належать люди, емоційна сфера яких часто залишається прихованою від стороннього погляду. Вони більше схильні до аналізу явищ, до міркувань. Їхня підготовка до будь – якого висловлювання відрізняється послідовним добором і

	суворою систематизацією матеріалів, обмірковуванням і розробленням
--	--

Продовження таблиці 4.2

1	2
Рационально – логічний тип	докладного плану. Спостереження показують, що найчастіше „логіками” бувають люди сангвінічного темпераменту.
Емоційно – інтуїтивний тип	Люди цього типу говорять пристрасно, з захопленням, пересипаючи свою промову дотепами і каламбурами, але не завжди можуть простежити логічну послідовність промови і „звести кінці з кінцями”. Оратори цього типу, якщо не будуть мати детального плану, який враховує тверді тимчасові рамки, можуть „захопитися”, втратити думку й у результаті звести нанівець ефект своєї блискучої промови. План своїх виступів пишуть не завжди, вважаючи, що він їх сковає. Спостерігається збіг емоційного типу оратора з холеричним темпераментом.
Філософський тип	Люди, що належать до цієї групи, найскладніше піддаються аналізу, тому що бувають більш – менш емоційні, більш – менш схильні до аналізу; іноді бувають дуже організовані у своїй роботі, а іноді без усякої видимої організації розкопують яке – небудь одне питання, добираються до суті, і раптом, як променем світла, опромінюють усе знайденої ідеєю. Усіх їх поєднує, незважаючи на особисті індивідуальні розходження, одна загальна риса – прагнення до дослідження, глибокого осмислення явищ прямо на очах у слухачів, бажання й уміння втягнути в цей процес аудиторію. Найчастіше цю групу складають люди флегматичного темпераменту.

Компоненти ефективного подання матеріалу

Планування виступу

Оцініть свою аудиторію: досвід, потреби.

Налаштуйтеся на слухачів.

Визначте мету повідомлення, ґрунтуючись на тому, що Ви хочете зробити: інформувати, переконати, спонукати до дії, навчити.

Підготовка до виступу

1. Підберіть і обробіть матеріал з теми виступу:
зберіть більше матеріалу, ніж зможете використати;
розробіть план виступу;
підготуйте тези виступу.
2. Продумайте вступ (розповідь, цитати, питання).
3. Продумайте висновок (резюме, цитата, комплімент слухачам).
4. Підберіть приклади й ілюстрації для більшої переконливості й наочності.
5. Відрепетируйте виступ (не заучуйте, а переказуйте).
6. Продумайте свій зовнішній вигляд.

Поведінка під час виступу

1. Справте приємне враження.
Установіть візуальний і емоційний контакт.
Не будьте замкнені, будьте щирі, говоріть „ми”, а не „ви”.
2. Зацікавте аудиторію (розповіддю, цитатою).
3. Використовуйте парадоксальне цитування.
4. Ілюструйте сказане.
5. Дайте зрозуміти, що факти цікаві і легко зрозумілі.
6. Зв’яжіть тему з життєво важливими інтересами слухачів.
7. Покажіть своє ставлення до сказаного.
8. Не втрачайте ініціативу. Не читайте, а розповідайте.
9. Говоріть упевнено і стежте за культурою мовлення.
10. Вживайте терміни, звичні для аудиторії.
11. Одержуйте задоволення з власного виступу.
12. Стежте за жестами і мімікою слухачів, контролюйте свої невербальні сигнали.
13. Будьте натхненні і намагайтеся надихнути аудиторію.

Завдання до самостійної роботи

1. Інтерв'ю.

Сучасному менеджеру сьогодні нерідко доводиться давати інтерв'ю журналістам. Багато з них демонструє вміння ухилитися від питань, часто замість змістовної відповіді обмежуються гучною фразою або навпаки надають перевагу довгому монологу.

Перегляньте будь-яке інтерв'ю з телевізійної передачі або прослухайте по радіо.

Зверніть увагу, як інтерв'юер ставив питання, як намагався отримати відповіді.

Якою була тактика того, хто давав інтерв'ю, наскільки ним враховувалися логічні, етичні правила? Наскільки успішним було спілкування?

2. Диктор телебачення.

Перегляньте відеозапис інформаційної передачі ІНТЕР або іншого каналу, спостерігаючи за диктором, необхідно:

- визначити ключові слова, які вживає диктор для того, щоб привернути увагу телеглядачів;
- визначити напрям руху очей диктора;
- зробити висновки щодо особливостей голосу, жестів, дихання диктора;
- запропонувати свій варіант встановлення контакту із глядачем.

Семинар-тренінг "Ораторами стають"

Мета: сприяти формуванню уміння працювати з різним типом аудиторії; переконувати, аргументувати, відстоювати свою думку, позицію, точку зору, керувати аудиторією, використовувати правила етикету.

Зміст та хід заняття

I етап.

Викладач нагадує, що сучасний рівень розвитку підприємницької діяльності потребує уміння виступати, робити доповіді та повідомлення перед співробітниками на зустрічах, конференціях, нарадах, телебаченні і таке інше.

II етап.

На етапі актуалізації знань необхідно уточнити основні вимоги до усного виступу (за табл. 4.3).

Таблиця 4.3 – Етапи підготовки і проведення виступу

Підготовка промови	Проведення виступу		
Визначення теми	Вступ, обґрунтування теми		
Визначення мети	Встановлення контакту з аудиторією, оцінка стану аудиторії		
Опрацювання змісту	Основна частина		
Визначення форми подання	Аргументація, спростування	Повідомлення інформації	Управління процесом сприйняття
Складання конспекту	Закінчення, висновки		

III етап.

Відпрацьовуючи на заняттях навички алгоритму виступу, можна запропонувати учасникам вправи на складання усної промови.

Вправа 1

Спробуйте підготувати виступ на тему "Соціальний портрет бізнесмена», або «Жінка та бізнес". Сформулюйте три уточнення до назви теми.

Стосовно кожного варіанту, визначте мету виступу і основні питання промови.

Після виконання вправ формуються «творчі групи» по 4 – 5 чоловік.

Завдання. Підготувати тези виступу за обраною проблемою. При цьому, у вступі необхідно використовувати такі прийоми:

- встановлення контакту з аудиторією;
- обґрунтування важливості теми, що розглядається.

В основній частині:

- способи викладу;
- управління аудиторією.

На закінчення:

- висновки.

Для кожної творчої групи визначається аудиторія, перед якою доведеться виступати:

- на семінарі;
- на зустрічі зі співробітниками;
- перед студентами;
- на телебаченні.

Робиться оцінка виступів.

Необхідно визначити критерії оцінки промови того, хто виступає (за 5-бальною системою).

Таблиця 4.4 – Оцінка публічного виступу

	Основні питання	ПБ
	Змістовність промови: - наявність головної думки; - цінність фактів, про які повідомляються; - новизна повідомлення.	5
	Зрозумілість промови: - логічність; - врахування аудиторії.	5
	Виразність промови: - правильність наголосу та інтонації, тон; - багатство чи бідність лексики; - міміка та жести.	5

Питання до обговорення

1. Мова як головний засіб спілкування.
2. Підготовка до виступу. Культура логічного мовлення.
3. Етика і культура оратора.
4. Вміння говорити та слухати.

Додаткові питання

1. Як треба готуватися до виступу перед аудиторією?
2. Як треба поводитися під час виступу перед аудиторією?
3. Що впливає на ефективність мовлення?
4. Які риси лектора впливають на успіх його виступу.

Література

1. Баева О.А. Ораторское искусство и деловое общение. – М., 2002
2. Введенская А.А., Павлова Л.Г. Риторика и культура речи. – М., 2007
3. Карнеги Д. Как вырабатывать уверенность в себе и влиять на людей, выступая публично. – К., 2006
4. Чмут Т.К., Чайка Г.Л. Етика ділового спілкування. – К., 2002.
5. Шейнов В.П. Риторика. – М., 2000

СЕМІНАР №5. НЕВЕРБАЛЬНІ ЗАСОБИ СПІЛКУВАННЯ ТА ЕТИКЕТ

Поряд із словесними засобами – мовленнєвими – на культуру спілкування впливають жести співрозмовників, інтонація, паузи, рухи тіла тощо. Якщо раніше як у теоретичному, так і в практичному аспекті невербальній комунікації відводилася допоміжна, другорядна роль порівняно з вербальною, то за останні десятиріччя інтерес різних наук і галузей психології до вивчення саме цього виду спілкування дедалі підвищується. Причин цьому багато. Одна з них – протест людства проти образу “раціональної людини”, імідж якої створено.

Невербальна (несловесна) комунікація – це система знаків, що використовуються у процесі спілкування і відрізняються від мовних засобами та формою виявлення. Науковими дослідженнями, зокрема, доведено, що за рахунок невербальних засобів відбувається від 40 до 80% комунікації. Причому 55% повідомлень сприймається через вирази обличчя, позу, жести, а 38% - через інтонацію та модуляцію голосу.

Чому ще донедавна недооцінювалось значення цього виду спілкування? Одна з причин полягає в тому, що невербаліка найчастіше виявляється на несвідомому рівні, а люди знають про це мало і не вміють її адекватно розпізнати. Водночас саме невербаліка несе більш правдиву інформацію, ніж вербальні засоби. З її допомогою передаються емоції, ставлення суб’єктів одне до одного, до змісту розмови.

Вербальні та невербальні засоби спілкування можуть підсилювати або ослаблювати взаємодію. Тому інтерпретувати ці сигнали потрібно не ізольовано, а в єдності з урахуванням контексту. Також бажано розвивати здатність читати невербальні сигнали, які нерідко мимовільно передає іншим наше тіло. Так, якщо співрозмовник говорить одне, а невербальні засоби свідчать про інше, тобто різні сигнали не є конгруентними, можна припустити, що суб’єкт щось приховує або просто говорить неправду. Характерно, що здебільшого люди віддають перевагу саме тій інформації, яку одержують через невербаліку.

Серед невербальних засобів спілкування першою слід назвати **оптико-кінетичну систему**, що складається з жестів, міміки і пантоміміки, рухів тіла (кінетики). Далі виокремлюють паралінгвістичну та екстралінгвістичну системи. **Паралінгвістична система** – це вокалізації, тобто якості голосу, його діапазон, тональність. **Екстралінгвістична система** – це темп, паузи, різні вкраплення в мову (плач, сміх, кашель тощо). Традиційно вважалось, що ці види засобів є навколумовними прийомами, які доповнюють семантично значущу інформацію.

Серед невербальних засобів особливою є система організації простору і часу спілкування – **проксеміка**. Ідеться про розміщення учасників

зустрічі та доцільні, прийняті в різних ситуаціях і культурах часові характеристики різних форм спілкування, зокрема монологу та діалогу.

Експресивно-мімічні засоби спілкування також несуть багато інформації. Передусім вони свідчать про емоційний стан людини і дають змогу поєднати передачу індивідуального переживання з прийнятою в даному суспільстві системою еталонів. Тому такі сигнали зрозумілі для більшості людей. І, нарешті, експресивно-мімічні засоби є певним індикатором ставлення однієї людини до іншої.

Велику увагу серед усіх експресивних засобів приділяють *посмішці*. Посмішки бувають живі та мляві, сором'язливі та грайливі, хитрі та доброзичливі. Проте посмішка не завжди сигналізує про доброзичливе ставлення людини. Спектр посмішок, наприклад, у конкретної дитини залежить від її оточення. Позитивні експресії дітей, які виростили в дружніх, повних сім'ях, за інтенсивністю й багатством відтінків значно перевищують відповідні характеристики у тих дітей, які виховувалися без батьків, у притулках і дитячих будинках.

Вивчаючи цю тему, слід з'ясувати, як співвідносяться, взаємодіють невербальні засоби та правила етикету? Деякі правила потрібно запам'ятати та навчатися ними вірно використовуватися. *Сукупність міміки, жестів, поз називається кінесикою*. Більшість людей вміло користується словом, вміє легко заховатися за словами. Однак складніше «з мовою жестів», оскільки вони підсвідомо виказують людину. Кінесика може розповісти про ставлення до співрозмовника та до проблеми, яка обговорюється.

Засоби *кінесики*, які використовуються в діловому спілкуванні, повинні відповідати правилам етикету при знайомстві, під час бесіди, виступу, в конфліктній ситуації. Наприклад, правила етикету не рекомендують вітатися, простягаючи руку через стіл. Керівник не повинен подавати руки підлеглим, він може просто кивнути головою. Правила етикету не рекомендують надягати окуляри з затемненим склом під час ділової зустрічі тощо.

Щоб встановити або підтримати контакт з людиною, потрібно не лише дивитися їй в очі, а й триматися на певній відстані від неї. На початку 60-х років з'явився спеціальний термін для цього напрямку досліджень — «проксеміка». Виявилося, що кожна людина прагне мати як свою територію певний повітряний простір навколо свого тіла. Розміри цієї зони залежать від ряду факторів, передусім від соціокультурних відмінностей людей. Якщо територія, на якій живе та чи інша нація, густо заселена, то й люди під час спілкування перебувають близько один від одного. Якщо вони проживають на відносно малозаселеній території, то, навпаки, розміщуються на певній відстані.

Особливу увагу слід приділити невербальним засобам у конфліктній

ситуації.

Слід вивчити основну типологію жестів (див. рисунок 5.1).



Рисунок 5.1 – Основна типологія жестів

Таблиця 5.1 – Інтерпретація невербальних сигналів

Сигнал	Інтерпретація / коментарі
Погляд	
Прямий контакт	Сприяє взаєморозумінню, довірі. Людина блокує контакт, закриваючи очі, дивлячись убік.
Розширені зіниці	Вказують інтерес
Тривалість погляду	Довгий погляд залежно від обставин можна розуміти або як прояв інтересу, або як брутальність (агресивність).
Руки і ноги	
Рука, піднята до обличчя, торкається носа, вуха, ока	Якщо ця людина говорить, вона, можливо обманює. Якщо говорите Ви, то, можливо вона Вам не довіряє.
Голова спирається на долоню	Нудьга
Долоня стиснута в кулак, палець піднятий догори	Сумнів
Погладжує підбороддя	Співрозмовник сприймає рішення
Ноги схрещені у щиколотках	Співрозмовник напготові чи нервує. Створює бар'єр.
Кисті рук стиснуті, лікті на столі	Ворожість
Корпус нахилений	У ваш бік – позитивні емоції, але якщо занадто сильно – може виражати агресію.
Плечі нахилені	Вниз і у ваш бік – означає зацікавленість. У зворогній бік, створення бар'єра.
Притуляється до спинки стільця, ноги схрещені	Показує перевагу
Долоні стиснуті «будиночком»	Довіра. «Будиночок» вістряє догори, коли говорить, донизу – слухає
Стоїть, розставивши ноги	Руки за спиною – владність і впевненість. Руки на стегнах – готовність, агресія чи виклик, нетерпіння
Торкається співрозмовника	Близкість

Питання до обговорення

1. Класифікація невербальних засобів спілкування. Мова жестів.
2. Кінетичні та паралінгвістичні засоби спілкування.
3. Проксеміка. Просторово – часовий спільник спілкування.

Доповідь

Яку роль має невербаліка в діяльності менеджера.

Додаткові питання

1. Перелічіть жести, що свідчать про виявлену і невиявлену поведінку.
2. Що дає контакт очей?
3. Які чинники потрібно враховувати для правильної інтерпретації невербальних засобів.
4. Проаналізуйте ситуацію:

Лови на покупця

Нещодавно в місті відкрився черговий величезний магазин. Товарів дуже багато. Продавців - теж. З одного боку приємно, що тебе готові обслуговувати відразу п'ять чоловік, а з другого - складається враження, що персонал відчуває себе як вдома. Продавці голосно перекикуються між собою, створюючи гамір. Як тільки заходиш до магазину, відразу на тебе накидаються: «Вам допомогти?», «Вам підказати?», «Дівчино, Ви ще сумніваєтесь?», «Це ж Ваш стиль і розмір». Проте, коли мені насправді була потрібна допомога, дівчата ніби оніміли. Складається враження, що інформація про країну-виробника, про особливості догляду за товаром, тощо є військовою таємницею.

Із подібною ситуацією ми стикаємося нерідко і в дорогих бутіках, і в магазинах менш фешенебельних.

- Проаналізуйте ситуацію і визначте, які норми етикету порушені?

- Чи можливе більш ефективне спілкування продавця з покупцем, і які вербальні та невербальні засоби для цього повинні використовуватися?

Перевірте свої знання

Визначте і вкажіть цифрами

1. Визначте порядок розташування зон спілкування в міру їх віддалення від суб'єкта спілкування:

- а) соціальна;
- б) особиста;
- в) інтимна;
- г) суспільна.

2. Укажіть правильне співвідношення обсягу різних засобів передавання інформації в комунікативному процесі:

- а) звуки, інтонації; 1) 7 %

- б) жести, рухи тіла; 2) 38%;
в) слова 3) 55%.

3. Підберіть відповідність зон спілкування і відстані, на якій вони діють:

- а) соціальна; 1) 15 – 46 см;
б) інтимна; 2) 46 – 200 см;
в) суспільна; 3) до 4 м;
г) особиста. 4) понад 7 м.

4. Підберіть зонам спілкування (1 – інтимній; 2 – особистій; 3 - соціальній; 4 – суспільній) відповідні характеристики:

- а) використовується для взаємодії з великою аудиторією;
б) використовується для взаємодії з найближчими людьми;
в) використовується для взаємодії з незнайомими людьми;
г) використовується для взаємодії зі знайомими, друзями.

5. Розділіть наведені нижче чинники на дві групи: 1 – бар'єри, що запобігають ефективному слуханню; 2 – перешкоди, що пов'язані з неякісним викладанням інформації:

- а) грамотність мови;
б) фізичний дискомфорт;
в) персоналізація;
г) експресивність мови;
д) нелогічність викладу інформації;
е) рівень інтелекту;
є) ставлення до співрозмовника;
ж) розмови про самого себе.

6. Підберіть зазначеним жестам:

1. В'яло звисаючі вздовж тіла руки;
2. Схрещені на грудях руки;
3. Відкрита долоня, звернена нагору;
4. Руки стискаються в кулаки;
5. Потирання рук;

правильну інтерпретацію:

- а) концентрація, придушення стану хвилювання;
б) людина перебуває під владою приємних для неї думок;
в) пасивність, відсутність готовності до дії;
г) закритість, ізоляція;

д) жест відкритого подання, пояснення.

7. Підберіть правильну інтерпретацію зазначеним жестам:

- | | |
|---------------------------------|-------------------------|
| 1. Руки схрещені на грудях; | а) нетерпіння; |
| 2. співрозмовник потирає очі; | б) непевненість, страх; |
| 3. співрозмовник гризе нігті; | в) недовіра; |
| 4. легкий нахил голови набік; | г) оборонна позиція; |
| 5. легке постукування пальцями; | д) спокій, задоволення. |

8. Розділіть на три групи знаків немовного спілкування (1 – знаки схвалення дій партнера; 2 – жести і пози оцінювання; 3 – жести і пози захисту) наведені нижче невербальні знаки:

- а) підняті плечі й опущена голова;
- б) співрозмовник відводить очі від партнера;
- в) холодний погляд, ледь прищулені очі, штучна посмішка;
- г) розкриті і розгорнуті убік співрозмовника долоні рук, ледве помітні кивки головою;
- д) покусування кінчиків оправы чи протирання стекол окулярів;
- е) теплий, поважний тон мови;
- є) руки схрещені на грудях, пальці охоплюють біцепси;
- ж) оживлений, зацікавлений погляд, розкута поза;
- з) замислений вираз обличчя, супроводжуваний характерним положенням долоні біля щоки.

Вправа 1

Вправа на систематизацію невербальних сигналів.

Зробіть класифікацію наведених нижче переліків невербальних сигналів за п'ятьма категоріями – **поза, міміка, жестикуляція, дистанціювання, інтонація.**

Усі сигнали „вкладені” у речення, що дають певне уявлення взагалі про ситуацію чи дають змогу здогадатися про неї. Наприклад: Ви мрійливо посміхнулися. Відповідь: міміка.

А. Він *вигукнув*: „Хотів би я хоч раз переконатися, що ти виконаєш завдання вчасно”.

Б. Вона *відступила на крок назад*: „Що це ти собі уявив?”.

В. Він *стояв*, притулившись до парти і схрестивши ноги.

Г. Тоді як викладач запевняв, що шукає контактів з молодим поколінням, він *неодноразово виставляє руки вперед, немов захищаючись, начебто хотів відсунутися від слухачів.*

Д. Учень чекає, *переминаючись з ноги на ногу*, поки викладач

перевіряє його роботу.

Е. Викладач глянув на нього безмовно, але крила його носа *тремтіли* від ледь стримуваного гніву.

Вправа 2

Заповніть таблицю „Правда чи неправда”, використовуючи подані нижче ситуації.

Ознаки правдивості	Ознаки нещирості

1. Поверненні нагору, розкриті співрозмовникові долоні, пальці.
2. Прикривання (повне чи часткове) ділянки рота долонею, пальцями.
3. Прямий погляд не нижче рівня ока співрозмовника.
4. Нахил корпусу вперед у бік співрозмовника.
5. Дотик пальцями до носа, кутиків уст, щоки.
6. Ховання рук за спиною, у кишнях.
7. Розімкнуті руки, вільні жести.
8. Знімання окулярів при розмові, жестикулювання ними.
9. Скорочення відстані і кута між партнерами (позиція – положення навпроти).
10. Схрещування рук на грудях, на животі, за спиною.
11. Удаване покахикування.
12. Відведення погляду убік (у підлогу – чоловіка; у стелю – жінки).
13. Часто доброзичлива посмішка.
14. Злегка розведені руки і ноги, голова прямо, плечі вільно опущені.
15. Потирання пальцем віка, брови.
16. Натягнута посмішка, стиснуті зуби.
17. Розстебнутий піджак, нога витягнута убік партнера, долоні протягнені вперед.
18. Підтягування, поправлення комірця.
19. Прикладання розкритої долоні в ділянці серця.
20. Потирання долонею шиї нижче потилиці.
21. Співрозмовник менш 1/3 часу спілкування дивиться партнерові в очі, часто відводить погляд.

Вправа 3

Заповніть таблицю „Довіра чи недовіра”, використовуючи подані нижче ситуації.

Ознаки довіри	Ознаки недовіри

1. Рука, що спирається на лікоть, підпирає щоку, але не підборіддя.
2. Стискання, зачеплення пальців рук.

3. Нахил уперед до співрозмовника, розімкнуті руки.
4. Схрещування рук на грудях чи затискування долонь схрещених рук під пахвами.
5. Одна нога злегка відставлена назад, корпус нахилений трохи вперед, носок взуття вказує на співрозмовника.
6. Прикривання ділянки рота долонею, пальцями.
7. Стверджувальні кивки головою.
8. Дотик пальцем до носа, кутиків губ.
9. Нахил голови набік.
10. Потирання чи дотик до вуха, потягування.
11. Прямий погляд нижче рівня підборіддя.
12. Почухування бічної поверхні шиї.
13. Зацікавлений погляд скоса, підняті брови, розширені зіниці, легка посмішка.
14. Співрозмовник копіює позу партнера.
15. Закидання ноги на ногу.
16. Скорочення кута між корпусами партнерів, розворот один до одного.
17. Великий палець підпирає чи потирає підборіддя, вказівний на щоці спрямований до скроні.
18. У сидячих поруч схрещені в колінах ноги спрямовані одне на одного.
19. Притиснуті одна до одної щиколотки ніг.
20. Схвальна посмішка.
21. Погляд поверх окулярів.
22. Збирання неіснуючих ворсинок з одягу.
23. Несхвальне погойдування головою, нахил голови вниз.
24. Погляд скоса з нахмуреними бровами й опущеними кутами губ.
25. Прикриті повіки, відкинута голова, довгий погляд не моргаючи (погляд зверху).
26. Надто розкута поза (ноги на столі, на ручці крісла).
27. Крива усмішка, натягнута посмішка,

Література

1. Пиз А. Язык телодвижений – К., 2007.
2. Бороздина Г.В. Психология делового общения – М., 2005.
3. Уотсон Р. О чем говорят лица – СПб., 1996.
4. Штангль А. Язык тела. – М., 1998.

СЕМІНАР №6. ІНДИВІДУАЛЬНА БЕСІДА, ЯК ФОРМА ДІЛОВОГО СПІЛКУВАННЯ

Найпоширенішою формою спілкування є бесіда. Дані психологічних досліджень свідчать, що успішне її проведення сприяє підвищенню продуктивності праці (2–12%). Дев'ять із десяти опитаних менеджерів великих корпорацій США заявили, що найскладнішим у своїй роботі вони вважають встановлення контакту з новою людиною, особливо першу зустріч з нею, першу бесіду.

Бесіда — це форма спілкування з метою обміну думками, інформацією, почуттями тощо. Вона сприяє також активізації зусиль партнерів для забезпечення співробітництва та впливу одне на одного.

Орієнтовно можна назвати такі функції бесіди: обмін інформацією; формування перспективних заходів і процесів; контроль і координація вже розпочатих дій; взаємне спілкування людей під час виконання виробничих завдань; підтримка ділових контактів на рівні виробничих підрозділів, регіонів, держав; пошук, висунення і оперативна розробка робочих ідей; стимулювання людської думки в новому напрямку; розв'язання етичних проблем, що виникли в якійсь ситуації, та ін.

Існують різні види бесід. Якщо за основу класифікації взяти мету спілкування та зміст бесіди, то можна виокремити бесіди ритуальні, глибинно-особистісні та ділові.

Після встановлення контакту на рівні очей та дистанції доцільно “приєднатися” до співрозмовника. Можна зайняти позу, схожу на його позу, використовувати найчастіше вживані ним слова, посміхатися до нього, якщо він це робить, і т. ін.

Із самого початку бесіди треба зробити все, щоб одразу не протиставити себе співбесіднику. Доцільно спочатку поговорити про те, що об'єднує співрозмовників, про спільні інтереси. Можна також сказати партнерові щось приємне, цікаве про нього. Це сприятиме створенню доброзичливої атмосфери для подальшого спілкування. Тому не завадить продумати три перші фрази, кілька запитань, на які співбесідник відповість “так”. Якщо на початку бесіди відчувається хвилювання в голосі, бажано говорити тихіше, повільніше.

Поширеною помилкою, що призводить до невдачі під час бесіди, є жорстка орієнтація на остаточний результат і тиск на партнера.

Перш ніж розпочинати бесіду, треба добре обміркувати свою поведінку на всіх її етапах: при встановленні контакту, під час орієнтації, при обговоренні проблеми і прийнятті рішення, а також при завершенні контакту.

Час, витрачений на засвоєння правил і прийомів ведення індивідуальної бесіди, обов'язково принесе користь у розв'язанні багатьох

проблем.

Питання до обговорення

1. Функції та види бесід.
2. Встановлення контакту в бесіді з різними типами співбесідників.
3. Особливості бесіди по телефону.

Додаткові питання

1. Чому іноді бесіди закінчуються, ледве розпочавшись?
2. Як встановити контакт із співрозмовником?
3. Як під час бесіди утримати ініціативу у своїх руках?
4. Як краще прийняти спільне рішення?
5. Як зробити людині зауваження, щоб не зіпсувати стосунків?
6. Яких правил службового етикету необхідно дотримуватися під час проведення ділової бесіди?

Розв'язання ситуаційної задачі

Як пройти співбесіду при влаштуванні на роботу.

Вправа 1

Підберіть звертання, які можна використовувати, коли Ви звертаєтесь по телефону:

- а) до чоловіка;
- б) до жінки;
- в) до давнього клієнта, умовного партнера;
- г) якщо співрозмовник звертається до Вас на «ти»;
- д) якщо співрозмовник звертається до Вас на ім'я та по батькові;
- е) до керівника фірми;
- ж) до секретаря-референта фірми, з керівником якої Вам необхідно переговорити;
- з) до адміністратора готелю, де Ви хочете забронювати місце.

Вправа 2

Дайте оцінку цим висловлюванням. Переробить ці висловлювання, щоб вони відповідали нормам етикету.

Іноді під час телефонних розмов вживаються висловлювання, які справляють неприємне враження.

Зазвичай це фрази такого типу:

1. На жаль, пан Ігнатенко обідають.
2. Я не знаю, де він. Залишіть свій телефон, я передам, щоб він Вам подзвонив.
3. Вона, мабуть, п'є каву. Я передам, щоб вона Вам передзвонила.

4. У неї великі проблеми з керівництвом. Може їй що-небудь передати?

5. Він пішов до лікаря.

6. Не можу зрозуміти, чому відділ постачання не допоміг Вам.

7. Напевно, Ваш рахунок вже відправлено.

8. Вибачте, що не передзвонили Вам. Наш начальник влаштував нараду, вона тривала цілий ранок.

Вправа 3

Напишіть основні правила відповідей на дзвінки. Порівняйте Ваші записи з правильним варіантом. (Ввічливо почніть розмову: привітайтеся, назвіть свою фірму, магазин, готель, відділ тощо, відрекомендуйтеся, запитайте про мету дзвінка. Не забудьте усміхатися, знімаючи слухавку).

Прийоми ведення телефонної розмови (самооцінка)

Володію	Потрібно попрацювати
1. Інтонації голосу	
2. Як звертатися до співрозмовника	
3. Як відповідати на телефонний дзвінок	
4. Як слухати співрозмовника	
5. Як правильно відповідати на вияв незадоволення	
6. Як задавати питання	
7. Як повідомити неприємні новини	
8. Як поводити себе зі співрозмовниками з різними типами поведінки	
9. Як користуватися автовідповідачем	
10. Як передзвонити партнеру (клієнту)	
11. Чого не варто говорити	
12. Як закінчити розмову	

Література

1. Карнеги Д. Как завоевывают друзей и оказывают влияние на людей. – М., 2007.
2. Лозниця В.С. Психологія менеджменту. – К., 2005.
3. Панасюк А.Ю. Управленческое общение. – М., 1999.
4. Чмут Т.К., Чайка Г.Л. Етика ділового спілкування. – К., 2002.

СЕМІНАР 7. КОЛЕКТИВНЕ ОБГОВОРЕННЯ ДІЛОВИХ ПРОБЛЕМ

До форм колективного обговорення належать *наради, збори, переговори, дискусії, “мозковий штурм”* і т. ін.

Дуже важливою і широко вживаною формою обговорення є дискусія. Набули поширення *зустрічі “за круглим столом”*, коли кілька учасників дискутують між собою в присутності слухачів. Така дискусія дає змогу ознайомити людей з різними поглядами фахівців на якусь проблему і стимулювати до активного мислення, самостійних висновків.

Останнім часом для розв’язання перспективних і досить складних проблем дедалі частіше використовується така форма колективного обговорення, як “мозковий штурм”. Вона дає змогу генерувати нові ідеї, шукати шляхи розв’язання складних проблем, окреслювати шляхи розвитку, скажімо, якоїсь організації. Ця форма, як і інші, зокрема ділові та рольові ігри, використовується не тільки для соціально-орієнтованого навчання людей, а й у виробничій сфері для вирішення проблемних завдань.

Переговори — це обмін думками, який зазвичай відбувається з певною діловою метою. Вони проводяться на різних рівнях з різною кількістю учасників. Переговори можуть мати як неофіційний, так і протокольний характер.

Перша стратегія проведення переговорів – жорстка, яка зводиться до протистояння крайніх позицій партнерів. *Друга* — це середина між м’якістю та жорсткістю. Однак дотримуватися “золотої” середини, тобто вести переговори так, щоб досягти своєї мети і водночас не зіпсувати відносини з людьми, досить важко і не всім вдається. *Третя стратегія* переговорів передбачає розв’язання проблеми, виходячи з їх змісту, а не торги з приводу позиції, якої кожна зі сторін жорстко дотримується. Такий підхід розроблено в межах Гарвардського проекту. Ці переговори називаються *принциповими*. У цьому разі намагаються врахувати інтереси обох сторін і прагнуть отримати такий результат, який був би обґрунтований справедливими нормами, критеріями незалежно від волі жодної зі сторін.

Готуючись до переговорів, доцільно відвести певний час для попереднього аналізу позицій та інтересів їхніх учасників — це буде запорукою успіху. Його слід робити відповідно до принципів ведення переговорів: а) розмежування учасників і предмета обговорення; б) урахування інтересів обох сторін, а не їхніх позицій; в) аналіз усіх можливих варіантів розв’язання проблеми; г) визначення певного критерію для прийняття рішення.

“Мозковий штурм” — це спільне розв’язання творчої проблеми, яке

забезпечується особливими прийомами.

Ця форма обговорення виникла ще наприкінці 30-х років і спрямована на активізацію творчої думки з використанням засобів, які знижують критичність і самокритичність людини, а отже, підвищують її впевненість у собі й готовність до творчого пошуку. Під час “мозкового штурму” на першому його етапі — *генерації ідей* — кожний учасник вільно висуває свої пропозиції щодо вирішення поставленого завдання. Ця форма обговорення базується цілковито на дотриманні учасниками загальноприйнятих етичних норм. На першому етапі обговорення критика повністю забороняється. А відтак усі учасники можуть спокійно висловлювати свої думки, знаючи, що їх не назвуть смішними або недоречними.

Після генерації ідей бажано вибрати серед них кращі, а не відкинути гірші. На авторстві ідей не слід наголошувати, бо найчастіше кращі ідеї є результатом колективної творчості. Після відбору кращої ідеї треба розділитися на дві групи — прибічників і противників. Вони спробують ще раз проаналізувати всі аргументи “за” й “проти” висловленої ідеї.

Головні умови мозкового штурму:

- по-перше, бажано, щоб на розгляд виносилася лише одна проблема;
- по-друге, у процесі обговорення мають брати участь 10-12 осіб;
- по-третє, варто розмістити учасників по колу, щоб вони бачили одне одного і були рівноправними. Необхідно також обмежити час обговорення до 30 хвилин. Дефіцит часу породжує стрес і стимулює діяльність мозку.

Питання для обговорення

Розкрити форми колективного обговорення.

1. Переговори.
2. Нарада.
3. Дискусія.
4. «Мозковий штурм».

Додаткові питання

1. Які особливості позиційного торгу і принципових переговорів? Який результат переговорів кращий і як його досягти?
2. Чим різняться дискусія, полеміка та диспут? Що спільного у них?
3. Як треба виступати на зборах, щоб привернути увагу присутніх до змісту виступу та переконати їх у тому, що викладені положення, ідеї варто підтримувати?
4. Якою має бути поведінка людини, що керує колективним обговоренням (нарадою, зборами, дискусією, «мозковим штурмом», диспутом тощо)?

Розв'язання ситуаційної задачі

Проведення ділових переговорів.

Тест

З нагоди завершення будівництва керівник вашої фірми влаштовує обід. Запрошені співробітники фірми з дружинами, почесна особа з дружиною. Почесна особа прибуде літаком з іншого міста.

1. Хто поїде зустрічати почесну особу?

- а) керівник фірми;
- б) секретар глави фірми;
- в) співробітник фірми;
- г) заступник глави фірми.

2. Хто виходить першим з будинку аеропорту?

- а) почесний гість;
- б) зустрічаючий;
- в) водій машини;
- г) не має значення.

3. Хто несе валізу почесного гостя?

- а) сам почесний гість;
- б) зустрічаючий;
- в) водій машини;
- г) не має значення.

4. Водій відкриває двері автомобіля. Куди посадити почесного гостя?

- а) поряд з водієм;
- б) на задньому сидінні справа по ходу машини;
- в) на задньому сидінні зліва по ходу машини;
- г) на задньому сидінні посередині.

5. Машина під'їхала до готелю. Хто входить у готель першим?

- а) зустрічаючий;
- б) почесний гість;
- в) водій;
- г) не має значення.

6. Після реєстрації. Поведінка зустрічаючого. Чи йде він у номер з гостями?

- а) повинен;
- б) не повинен;
- в) може йти, а може не йти;
- г) не має значення.

7. Почесна особа приїжджає до ресторану на таксі з готелю. Хто його зустрічає при вході?

- а) керівник фірми з дружиною;
- б) секретар керівника фірми;
- в) той, хто зустрічав в аеропорту;
- г) ще хто-небудь.

8. Обід відбувається у великій залі з прямокутним столом посередині.

Де буде сидіти почесна особа?

- а) спиною до вхідних дверей;
- в) біля стіни справа від дверей;
- б) біля стіни зліва від дверей;
- г) навпроти вхідних дверей.

9. На обіді господар і господиня зайняли місця посередині прямокутного столу навпроти один одного. У цьому випадку почесним місцем буде:

- а) справа від господаря;
- в) зліва від господаря;
- б) справа від господині;
- г) зліва від господині.

10. Обід завершується. Першим встає з-за столу:

- а) господиня;
- в) почесний гість;
- б) господар;
- г) інші гості.

А зараз перевірте, чи узгоджуються Ваші відповіді з нормами ділового етикету. Правильні відповіді:

1. а) співробітник фірми. І до зустрічі з главою фірми співробітник фірми буде виступати у ролі господаря і цим визначаються всі наступні його дії.

2. б) зустрічаючий (співробітник фірми).

3. б) зустрічаючий (співробітник фірми).

4. б) на задньому сидінні по ходу машини (найбезпечніше місце).

5. а) зустрічаючий (співробітник фірми).

6. а) повинен. Гостинний господар повинен потурбуватися про зручність і порядок у номері. При наявності яких-небудь недоліків вжити відповідних заходів.

7. а) керівник з дружиною при вході в зали.

8. г) навпроти вхідних дверей. У тому разі, коли це неможливо, треба врахувати таке: почесного гостя треба посадити так, щоб він бачив тих, хто входить до зали, і щоб за його спиною не ходили (якщо це можливо).

9. б) справа від господині (якщо на обіді нема господині, то справа від господаря). Наступне почесне місце буде справа від господаря, далі – справа від господині, ще далі – зліва від господаря тощо.

10. а) господиня. Це своєрідний дозвіл для гостей виходити з-за столу, якщо хтось хоче це зробити.

Література

1. Бороздина Г.В. Психологія ділового об'єднання. – М., 2006.
2. Палеха Ю.І. Ділова етика. – К., 2000.
3. Томан І Мистецтво говорити: Пер. з чес. – К., 1986.
4. Чмут Т.К., Чайка Г.Л. Етика ділового спілкування. – К., 2002.

СЕМІНАР 8. СУЧАСНІ КОНЦЕПЦІЇ ВИРІШЕННЯ КОНФЛІКТІВ

Саме слово «конфлікт» у перекладі з латини означає «зіткнення». Отже, конфлікт – це зіткнення протилежноспрямованих цілей, інтересів, позицій, думок, оцінок тощо. Конфлікт – це така взаємодія, яка протікає в формі протистояння, протиборства особистостей або суспільних сил, інтересів, поглядів як мінімум двох сторін.

Конфлікт – явище широко розповсюджене, повсякмісне і всюдисуще. Конфліктні ситуації виникають у всіх сферах суспільного життя – економіці, політиці, культурі, сім'ї, ідеології. Вони невід'ємний компонент розвитку суспільства і самої людини.

Знання психології конфліктів допомагає людям визначати свою поведінку в екстремальних ситуаціях, вирішувати проблеми, стимулювати розвиток пізнавальної, емоційно-вольової сфер особистості та її моральної культури. Кожен конфлікт має зав'язку, розвиток, кульмінацію і розв'язку.

Коли людини думають і говорять про конфлікт, вони найчастіше асоціюють його з агресією, погрозами, сварками і, ще гірше, - із ворожістю. внаслідок цього ствердилася думка, що конфлікт – це небажане явище, і його необхідно, по можливості, уникати, а якщо ж він виникне, то відразу розв'язувати. Так про це писалося в роботах авторів, що належать до адміністративної школи наукового управління. Прихильники, які належать до школи «людських взаємин» теж вважають, що треба попереджувати руйнівні конфлікти, бо вони є ознакою неефективних діяльності та управління.

Автори книги «Керувати без конфліктів» В. Зігерт і Л. Ланг перелічують до 12 загальних норм, якими, на їхню думку, належить керуватися для того, щоб забезпечувати солідарність і ділову співпрацю в соціальній групі. У цілому ці правила зводяться до наступних пунктів:

1. Ціль і типові умови спільної праці, тобто програма, терміни, порядок фінансування і ін. повинні бути ясними і зрозумілими кожному партнеру; також усі повинні бути ознайомлені із завданнями кожного.

2. Взаєморозуміння і вільний обмін інформацією виключно важливі для успіху загальної справи; вся інформація повинна надходити до координатора групи, щоб можна було одразу передавати її тому, кого вона стосується.

3. Ніхто не має права настоювати на своєму варіанті рішення, а необхідно бути готовим піти на компроміс і змінити свою думку на користь того, хто обіцяє загальний успіх; якщо рішення приймаються не спільно, то вони повинні бути зрозумілими для всіх і відповідно обгрунтовані.

4. Комбінація сильних сторін партнерів і нейтралізація слабких - необхідність в інтересах всієї групи.

5. Прагнення користі для себе за рахунок інших – серйозна перешкода співпраці – усім слід придержуватися єдиних «правил гри».

6. Кожен несе відповідальність за свою ділянку; у випадку досягнення того або іншого успіху необхідно заохочувати всіх, що мають до цього відношення.

Реалізація цих і подібних їм групових правил – справа нелегка. Вона нерідко може бути джерелом протиріч, розладів, що переходять у конфлікти.

Американські вчені Кеннет Томас і Ральф Кілменн описали і систематизували ознаки різних стилів конфліктної поведінки: **ухилення, пристосування, конфронтація, співпраця, компроміс.**

Вони запропонували схематичну сітку, яка названа їх іменами, що демонструє стилі поведінки в конфліктах.

Сітка Томаса – Кілменна демонструє, що вибір конфліктної поведінки залежить як від інтересів учасників конфлікту, так і від характеру дій, які вони здійснюють. Сам стиль поведінки в конфлікті визначається, по-перше, мірою здійснення своїх інтересів (особистих або групових) і ступенем активності або пасивності в їх відстоюванні. По-друге, на стиль поведінки суттєво впливає прагнення задовольнити інтереси інших сторін, що беруть участь у конфлікті, а також те, які дії пріоритетні для окремих осіб, соціальних груп — індивідуальні або спільні.



Психологічний тест, який містить 15 питань-стверджень — по три на кожний із п'яти стилів конфліктної поведінки.

Ухилення

1. Мені складно відстоювати свою позицію, навіть якщо я точно знаю, що я правий.
2. Уникаю напружених конфліктних ситуацій.
3. Добиваюсь ефективних результатів, коли працюю під керівництвом більш досвідченого партнера.

Пристосування

1. Для мене важливо зберегти хороші стосунки, навіть якщо прийдеться пожертвувати своїми інтересами.
2. Багато часу приділяю проблемам інших, і часто забуваю про себе.
3. Якщо це зробить іншого щасливим, даю йому можливість настояти на своєму.

Конфронтація

1. Я людина принципова і ніколи не змінюю своєї позиції.
2. Із будь-якого конфлікту виходжу переможцем.
3. Продовжую суперечки до тих пір, поки співрозмовник не прийме мою точку зору.

Співпрацювання

1. Витрачаю багато часу на пошуки спільних точок зору.
2. Переглядаю свою точку зору, якщо відчую свою неправоту.
3. Із задоволенням проявляю ініціативу в примиренні сторін.

Компроміс

1. Відкликаюсь на пропозицію інших, але сам не схильний проявляти ініціативу.
2. Легко погоджуюсь на поступки, якщо інший робить таке ж.
3. Часто погоджуюсь на перші умови, якщо вони ведуть до врегулювання взаємовідносин.

Оцінка в балах виставляється за наступною "шкалою: не згоден - 1 бал, згоден - 2, швидше згоден - 3, більше згоден - 4 і повністю згоден - 5 балів. Якщо сума балів за відповідь на три питання перевищує 10, то перевага способу вирішення конфліктів вважається вираженою.

Обізнаність людини про свої схильності у виборі способів вирішення конфліктів одержана по результатах тесту і може послужити їй визначним орієнтиром у розвитку здібностей реагувати належним чином на конфліктні ситуації, використовувати належні способи вирішення конфліктів.

Питання для обговорення

1. Визначення конфлікту.

2. Джерело конфліктів і стресів.
3. Попередження і регулювання конфліктів.
4. Класифікація конфліктів.

Додаткові питання

1. Взаємозв'язок конфліктних ситуацій і стресових станів.
2. Розвиток конфлікту.
3. Стили конфліктної поведінки.
4. Способи вирішення конфліктів.
5. Методи управління і регулювання конфліктами.

Тест

Щоб довідатись про те, який у вас конфліктний характер чи ні, достатньо установити кількість негативних відповідей (відповідати «так» чи «ні»).

1. Чи вважаєте ви, що у багатьох ваших знайомих поганий характер?
2. Чи роздратовують вас повсякденні малі обов'язки?
3. Чи вірите ви, що ваші друзі вірні вам?
4. Чи неприємно вам, коли незнайома людина говорить вам «ти»?
5. Чи здатні ви вдарити собаку або кішку?
6. Чи часто ви змінюєте магазини, у які ходили за покупками?
7. Чи обтяжують вас суспільні обов'язки?
8. Чи відстоюєте ви свою точку зору, коли зрозуміли, що помилялись?
9. Чи часто ви приймаєте ліки?
10. Чи здатні ви ждати більше п'яти хвилин людину, яка запізнюється на зустріч з вами, не виявляючи при цьому нетерпіння?
11. Чи часто вам приходиться думка про вашу невезучість?
12. Чи здатні ви з усмішкою сприймати шуткування над вами друзів?
13. Чи злопам'ятні ви?
14. Чи не здається вам, що клімат у наших краях погіршився і погода в будь-який час року стала нетиповою?
15. Чи можете ви бути з ранку в поганому настрої?
16. Чи роздратовує вас сучасна музика?
17. Чи досаждає вам присутність у будинку чужих людей?

Якщо їх 11 і більше, то це підтверджує, що ваш характер покладистий, з вами легко спілкуватися і знаходити «спільну мову», ви надійні в дружбі і доброзичливі до людей.

Якщо набрали 7—10 «мінусів», то є привід задуматися над тим, чи не присутні у вас зайва подразливість, недовіра до інших, образливість.

Якщо «мінусів» менше 7, то ваш характер невживчивий, необхідно

зробити ті чи інші кроки, щоб змінити свої погляди на дійсність, на спілкування з іншими людьми.

Література

1. Анцупов А.Я., Шипилов А.И. Конфликтология. – М., 2002
2. Карнеги Д. Как завоевывать друзей и оказывать влияние на людей: Пер. с англ. – Гл. 2. – М., 2008.
3. Психологія вирішення конфліктів / В.О. Джелалі. – К., 2006.
4. Самыгин С.И., Столяренко Л.Д. Психология управления. – Р/Д, 1997.

РОЗДІЛ 2. ВИДИ КОНТРОЛЮ ЗНАТЬ СТУДЕНТІВ

Тематика рефератів

1. Зовнішня привабливість ділової людини.
2. Культура одягу бізнесмена.
3. Культура одягу ділової жінки.
4. Умовності ділового етикету (правила вітання, представлення, візитні картки, ділові подарунки).
5. Сучасний офіс: устаткування і робота на ньому.
6. Візуальна психодіагностика.
7. Міміка жестів.
8. Особливості невербальної мови різних народів світу.
9. Манера спілкування, жести, хода, постава.
10. Соціально-психологічний вплив на особистість.
11. Засоби, форми, закономірності психологічного впливу.
12. Ділове спілкування.
13. Конфлікти. Як уникнути конфліктів.
14. Тактика дій у конфліктній ситуації.
15. Створення гарного враження про себе.
16. Установлення взаємної довіри.
17. Підготовка публічного виступу.
18. Ораторська майстерність.
19. Техніка слухання.
20. Техніка ведення ділових переговорів.
21. Техніка спростування доводів опонента.
22. Поводження зі співрозмовником різних психологічних типів.
23. Телефонне спілкування і ділові відносини.
24. Етичні і соціально-психологічні особливості бізнесу закордонних країн.
25. Створення сприятливого психологічного клімату.
26. Культура ділових взаємин.
27. Особливості етикетних правил у різних країнах.
28. Ідеальне ділове партнерство.

29. Підготовка і проведення ділової зустрічі (бесіди).
30. Як зацікавити людей.
31. Як схилити людей до вашої точки зору.
32. Як виробити впевненість у собі.
33. Як здолати звичку турбуватися.
34. Засоби, методи, закономірності психологічного впливу.
35. Спілкування: наука чи мистецтво.
36. Вплив бар'єрів спілкування на ефективність взаємодії.
37. Як досягти компетентності у спілкуванні.
38. Особливості спілкування народів світу.
39. Майстерність спілкування викладача.
40. Промова, що мені запам'яталася.
41. Оратор, що справив на мене сильне враження.
42. Викладач-оратор: цілі, прийоми, проблеми.
43. Роль невербальних засобів спілкування в діяльності викладача.
44. Мистецтво взаємодії викладача з учнем.
45. Ефективна взаємодія – успішна кар'єра.
46. Мистецтво керувати конкретними ситуаціями.
47. Маніпуляція: „за” і „проти”.
48. Асертивність у навчанні. Можливості використання.
49. Роль ритуального спілкування у професійній діяльності.
50. Імідж викладача. У чому особливості.
51. Іміджологія – таємниці особистої чарівності.
52. Як сформулювати позитивний імідж.
53. Подолання стереотипів сприйняття – шлях до ефективної взаємодії.
54. Візуальна психодіагностика – пізнання людей за їхніми зовнішністю та поведінкою.
55. Конфлікти в педагогічній діяльності: причини виникнення та шляхи подолання.
56. Ефективна поведінка керівника у конфліктній ситуації.
57. Конфліктна людина – яка вона і як з нею спілкуватися.
58. „Поганий мир кращий, ніж хороша війна”.

Питання до модульної контрольної роботи №1

1. Поняття „етикет” і "такт". З історії виникнення та розвитку етикету.
2. Функції ділового етикету в організації та інтеграції ділової взаємодії.
3. Особливості службового етикету.
4. Яку роль відіграє професійна етика в ділових стосунках у сфері бізнесу та торгівлі?
5. Які основні етичні принципи використовуються в ділових стосунках?
6. Як Ви вважаєте, як в Україні використовуються етичні норми у ділових

відносинах?

7. Чи слід дотримуватись одних й тих же норм поведінки в різних країнах?
8. Сутність поняття спілкування.
9. Сторони спілкування.
10. Перепони на шляху ефективного спілкування.
11. Бар'єри взаєморозуміння. Основні бар'єри слухання.
12. Що означає визначення „комунікативний процес”? Які складові комунікативного процесу?
13. Які чинники поліпшують комунікативний процес, а які перешкоджають йому?
14. Що Ви знаєте про ефективність сприйняття інформації в процесі спілкування.
15. Які існують рівні та функції спілкування.
16. Який рівень культури спілкування можна назвати високим?
17. Ділова етика та її характерні ознаки.
18. Комунікативна сторона спілкування. В чому полягає її сутність?
19. Перцептивна сторона спілкування. В чому полягає її сутність?
20. Інтерактивна сторона спілкування.
21. Основні стилі спілкування.
22. Прийоми управління спілкуванням («нейтральна фраза», «встановлення візуального контакту», «прийом акцентування», «нав'язування ритму»).
23. Етика ділового спілкування в поглядах давньокитайського філософа Конфуція.
24. Вирбальні засоби спілкування в діловому етикеті («формула погладжування», компліменти).
25. Поясніть «золоте правило» етики спілкування. Етика ділового спілкування «зверху-вниз».
26. Етика ділового спілкування «знизу-верх». Основні норми та принципи.
27. Етика ділового спілкування «по горизонталі». Основні норми та принципи.
28. Перелічити основні психологічні закономірності проведення ділової бесіди.
29. Назвіть головні психологічні закономірності підготовки до ділової бесіди.
30. Які існують заходи подолання та уникнення бар'єрів у спілкуванні?
31. Поняття про імідж ділової людини. Які його складові.
32. Що впливає на формування іміджу.
33. Зовнішній вигляд ділової людини. Загальні правила.
34. Які елементи іміджу менеджера, підприємця, викладача ,на Вашу думку, найважливіші. Доведіть та обґрунтуйте свою думку.
35. Мова як головний засіб спілкування.
36. Підготовка до виступу. Культура логічного мовлення.

37. Етика і культура оратора.
38. Вміння говорити та слухати.
39. Як треба готуватися до виступу перед аудиторією?
40. Як треба поводитися під час виступу перед аудиторією?
41. Що впливає на ефективність мовлення?
42. Які риси лектора впливають на успіх його виступу.
43. Співвідношення понять «етика», «мораль», «ділова етика».
44. Бізнес-етика: значення та розвиток у сучасних умовах.
45. Чому на сучасному етапі важливо втілювати в наше життя норми і правила гуманістичної етики?
46. Чому в багатьох іноземних фірмах велику увагу приділяють саме етиці спілкування?
47. Який рівень культури спілкування можна назвати високим?
48. Що таке моральні цінності?
49. Чому саме моральні цінності становлять основу гуманістичного спілкування?
50. Чому в бізнесі необхідно дотримуватися моральних норм і принципів?
51. Норми поведінки керівника.
52. Ділова атрибутика. Візитні картки.
53. Діловий костюм.
54. Зовнішній імідж компанії.
55. Внутрішній імідж компанії.
56. Які основні функції мовлення у житті людини?
57. Як треба готуватися до виступу перед аудиторією?
58. Як треба поводитися під час виступу перед аудиторією?
59. Які основні правила мовленнєвої комунікації?
60. Що впливає на ефективність мовлення?
61. Сформулюйте вимоги до оратора.
62. Які Ви знаєте бар'єри слухання?
63. Які основні стилі слухання Ви знаєте?
64. Що Ви знаєте про прийоми активного слухання?
65. У чому особливості нерефлексивного слухання?
66. Які правила ефективного слухання Вам відомі?
67. Дайте визначення можливим рівням слухання.
68. Які типи слухачів Ви знаєте?

Питання до модульної контрольної роботи №2

1. Класифікація невербальних засобів спілкування. Мова жестів.
2. Кінетичні та паралінгвістичні засоби спілкування.
3. Проксеміка. Просторово – часовий спільник спілкування.
4. Перелічіть жести, що свідчать про виявлену і невиявлену поведінку.

5. Що дає контакт очей?
6. Які чинники потрібно врахувати для правильної інтерпретації невербальних засобів.
7. Визначте порядок розташування зон спілкування в міру їх віддалення від суб'єкта спілкування:
- соціальна;
 - особиста;
 - інтимна;
 - суспільна.
8. Укажіть правильне співвідношення обсягу різних засобів передавання інформації в комунікативному процесі:
- звуки, інтонації; 1) 7 %
 - жести, рухи тіла; 2) 38%;
 - слова 3) 55%.
9. Підберіть відповідність зон спілкування і відстані, на якій вони діють:
- соціальна; 1) 15 – 46 см;
 - інтимна; 2) 46 – 200 см;
 - суспільна; 3) до 4 м;
 - особиста. 4) понад 7 м.
10. Підберіть зонам спілкування (1 – інтимній; 2 – особистій; 3 - соціальній; 4 – суспільній) відповідні характеристики:
- використовується для взаємодії з великою аудиторією;
 - використовується для взаємодії з найближчими людьми;
 - використовується для взаємодії з незнайомими людьми;
 - використовується для взаємодії зі знайомими, друзями.
11. Розділіть наведені нижче чинники на дві групи: 1 – бар'єри, що запобігають ефективному слуханню; 2 – перешкоди, що пов'язані з неякісним викладанням інформації:
- грамотність мови;
 - фізичний дискомфорт;
 - персоналізація;
 - експресивність мови;
 - нелогічність викладу інформації;
 - рівень інтелекту;
 - ставлення до співрозмовника;
 - розмови про самого себе.
12. Підберіть зазначеним жестам:
- В'яло звисаючі вздовж тіла руки;
 - Схрещені на грудях руки;
 - Відкрита долоня, звернена нагору;
 - Руки стискаються в кулаки;

в) до давнього клієнта, умовного партнера;

г) якщо співрозмовник звертається до Вас на «ти».

25. Напишіть основні правила відповідей на дзвінки.
26. Розкрити форму колективного обговорення - переговори.
27. Розкрити форму колективного обговорення - нарада.
28. Розкрити форму колективного обговорення - дискусія.
29. Розкрити форму колективного обговорення - «Мозковий штурм».
30. Які особливості позиційного торгу і принципових переговорів? Який результат переговорів кращий і як його досягти?
31. Чим різняться дискусія, полеміка та диспут? Що спільного у них?
32. Як треба виступати на зборах, щоб привернути увагу присутніх до змісту виступу та переконати їх у тому, що викладені положення, ідеї варто підтримувати?
33. Якою має бути поведінка людини, що керує колективним обговоренням (нарадою, зборами, дискусією, «мозковим штурмом», диспутом тощо)?
34. Невербальні засоби комунікації.
35. Кінесика.
36. Проксеміка.
37. Міжнаціональні відмінності невербального спілкування.
38. Основні функції ділової бесіди та її види.
39. Структура ділової бесіди.
40. Основні типи співрозмовників.
41. Підготовка до проведення ділової бесіди.
42. Співбесіда та її типи.
43. Особливості проведення співбесіди при працевлаштуванні.
44. Особливості ведення розмови по телефону.
45. Мета і стратегії полеміки.
46. Правила ведення полеміки.
47. Полемічні прийоми.
48. Підготовка ділової зустрічі.
49. Проведення ділової зустрічі.
50. Особливості проведення ділових прийомів.
51. Особливості проведення презентацій.
52. Стадії презентації.
53. Особливості та значення писемної комунікації.
54. Реквізити й дизайн листів.
55. Етикет ділового листування.
56. Лист-повідомлення і лист-прохання.
57. Лист-подяка і лист-вибачення.
58. Охарактеризуйте основні компоненти кінесики.
59. Що таке проксемічні особливості спілкування?

60. Які Ви знаєте види дотиків?
61. Назвіть та охарактеризуйте основні типи жестів.
62. Перечісліть жести, що свідчать про впевнену і невпевнену поведінку?
63. Що відноситься до екстра- та паралінгвістичних особливостей невербальної комунікації?
64. У чому полягають розбіжності між вербальною та невербальною комунікацією.
65. Яку інформацію отримують люди в процесі невербальної комунікації?
66. Що означає «соціальна зона», у яких видах ділової комунікації вона доцільна?
67. Які чинники потрібно враховувати для правильної інтерпретації невербальних засобів?
68. Яку роль має невербаліка в діяльності менеджера.
69. У чому полягає сутність конфлікту у спілкуванні?
70. Які головні причини та сторони конфлікту?
71. Які є типи конфліктів?
72. Які Ви знаєте стадії конфлікту?
73. Які стилі поведінки у конфлікті Ви знаєте? У чому полягає доцільність їх використання?
74. Причини конфліктів у навчанні. Заходи їх подолання.
75. Які існують методи запобігання конфлікту у спілкуванні?
76. Дайте характеристику впливу особистісних якостей на ймовірність конфліктної поведінки.
77. Які типи конфліктних людей Ви знаєте?
78. Яка роль емоцій у спілкуванні та у конфлікті?
79. Які Ви знаєте методи контролю емоцій?
80. Який характер (конструктивний чи деструктивний) мають міжособистісний та діловий конфлікти?
81. Що можна віднести до ефективних шляхів уникання тривоги, зменшення емоційного напруження?
82. Як можна уникати конфліктних ситуацій?
83. Як слід долати конфліктні ситуації?
84. Які прийоми відносяться до непрямих шляхів ліквідації наслідків конфлікту?
85. Які є стратегії поведінки в конфліктній ситуації?
86. У чому полягає суть стратегії «виграти може кожен»?
87. Для чого потрібно робити картографію конфлікту?

СПИСОК ДОДАТКОВОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Браим И. Культура делового общения: Учебник. – Минск, 2000.
2. Психология и этика делового общения: Учеб. для вузов / Под ред. В.Н. Лавриненко. – М., 1997.
3. Венедиктов В.И. О деловой этике и этикете. – М., 2004.
4. Данкел Ж. Деловой этикет: Пер. с англ. – Ростов н/Д: Феникс, 2001.
5. Діловий етикет / Автор-укл. І. Афанасьєв. – К., 1998.
6. Карнеги Д. Как завоевать друзей и оказывать влияние на людей. – М., 2007.
7. Кузин Ф.А. Имидж бизнесмена: Практ. пособие. – М., 2000.
8. Кузнецов И.Н. Технология делового общения. – Минск, 1999.
9. Палеха Ю.І. Ділова етика. – К., 2004.
10. Пиз А. Язык жестов. – К., 2007.
11. Психология и этика делового общения: Учеб. для вузов / Под ред. В.Н. Лавриненко. – М., 1997.
12. Сабат Э. Бизнес-этикет. – М., 2000.
13. Семенов А.К., Маслова Е.Л. Психология и этика менеджмента и бизнеса. – М., 1999.
14. Соловьева Э. Современный этикет и деловой протокол. – М., 2000.
15. Шейнов В.П. Конфликты в нашей жизни. – Минск, 2000.
16. Щекин Г.В. Визуальная психодиагностика. Познание людей по их внешности и поведению. – К., 2005.

Періодичні видання

1. Актуальные проблемы экономики.
2. Бизнес.
3. Персонал.
4. Управление персоналом.

