



# ЭТИКА ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ

- **Этика** – учение о морали, нравственности. Термин «этика» впервые употребил Аристотель (384-322 до н.э.) для обозначения практической философии, которая должна дать ответ на вопрос, что мы должны делать, чтобы совершать правильные нравственные поступки.
- **Мораль** – это система этических ценностей, которые признаются человеком. Мораль – важнейший способ нормативной регуляции общественных отношений, общения и поведения людей в самых различных сферах общественной жизни – семье, быту, политике, науке, труде и т.д.

□



# ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ ЭТИКЕТ

- ▣ **Профессиональная этика** – совокупность определенных обязанностей и норм поведения, поддерживающих моральный престиж профессиональных групп в обществе.
- ▣ **Изучает:**
  1. Отношения трудовых коллективов и каждого специалиста в отдельности.
  2. Нравственные качества личности специалиста, которые обеспечивают наилучшее выполнение профессионального долга.
  3. Взаимоотношения внутри профессиональных коллективов, специфические нравственные нормы, свойственные данной профессии.
  4. Особенности профессионального воспитания.



- ▣ **Общение** – процесс взаимодействия общественных субъектов: социальных групп, общностей или личностей, в котором происходит обмен информацией, опытом, способностями и результатами деятельности.
- ▣ **Специфика делового общения** обусловлена тем, что оно возникает на основе и по поводу определенного вида деятельности, связанной с производством какого-либо продукта или делового эффекта.



- **Непосредственное общение** – это естественный контакт «лицом к лицу» при помощи вербальных (речевых) и невербальных средств.
- **Опосредованное общение** может рассматриваться как неполный психический контакт при помощи письменных или технических устройств, затрудняющих или отdelayающих во времени получение обратной связи между участниками общения.



## ПРАВИЛА ОБЩЕНИЯ

- Правило необходимости и достаточности информации. (Говори не больше и не меньше, чем требуется в данный момент.)
- Правило качества информации.
- Правило соответствия (не отклоняйся от темы).
- Правило стиля (выражайся ясно).
- Правило коммуникативного этикета.



## ФУНКЦИИ ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ

- Связующая функция.
- Формирующая функция.
- Подтверждающая функция.
- Организация и поддержание межличностных отношений.
- Внутриличностное общение.



## ФУНКЦИИ ОБЩЕНИЯ

### ▣ **Социальные функции:**

- Организация совместной деятельности.
- Управление поведением и деятельностью.
- Контроль.

### ▣ **Психологические функции:**

- Обеспечение психологического комфорта личности.
- Удовлетворение потребности в общении.
- Функция самоутверждения.





## ФАЗЫ ОБЩЕНИЯ

- Подготовка.
- Вхождение в контакт.
- Концентрация внимания.
- Аргументация и убеждение.
- Фиксация результата.



## СРЕДСТВА ОБЩЕНИЯ

- **Кинетические**, т.е. зрительно воспринимаемые (мимика, поза, жесты, походка, взгляд).
- **Просодические**, т.е. ритмико-интонационные стороны речи (высота тона, громкость, тембр, сила ударения) и экстралингвистические – включение в речь пауз, вздохов, смеха, плача и т.д.
- **Такесенические**, т.е. динамические прикосновения в форме рукопожатия, похлопывания, поцелуя.
- **Проксемические**, т.е. ориентация партнеров в момент общения и дистанция между ними (дистанцирование).



## ВИДЫ МЕЖЛИЧНОСТНЫХ ОТНОШЕНИЙ

- **Императивное общение.** Авторитарная, директивная форма воздействия на человека с целью достижения контроля за его поведением, принуждение его к определенным действиям.
- **Манипуляция.** Воздействие на партнера с целью достижения своих скрытых намерений.



# ВИДЫ МЕЖЛИЧНОСТНЫХ ОТНОШЕНИЙ

## Диалог.

- Психологический настрой на актуальное состояние собеседника и собственное актуальное психологическое состояние.
- Безоценочное восприятие партнера, априорное доверие к его намерениям.
- Восприятие партнера как равного, имеющего право на собственное мнение и собственное решение.
- Персонификация общения – разговор от своего имени, без ссылки на мнения и авторитеты, презентация своих истинных чувств и желаний.



## СТРУКТУРА ОБЩЕНИЯ

- Коммуникативная сторона общения - обмен информацией между партнерами по общению, передача и прием знаний, идей, мнений и чувств.
- Интерактивная сторона общения – обмен действиями между общающимися сторонами, т.е. организация межличностного взаимодействия.
- Перцептивная сторона общения – процесс воспитания и познания людьми друг друга с последующим установлением на этой основе определенных межличностных отношений.

□



## ДИСТАНЦИИ ОБЩЕНИЯ:

- Интимная- от 0 до 0,5 метра.
- Межличностная - от 0,5 до 1,2 метра.
- Официально-деловая или социальная - от 1,2 до 3,7 метра.
- Публичная - более 3,7 метров.



▣ **Создание благоприятного микроклимата:**

- Заботится о коллективе, ценит его
- Создает атмосферу открытости
- Подбирает коллектив, продвигает его членов по служебной лестнице

▣ **Ориентация на лидерство:**

- Последовательно претворяет в жизнь образовательную политику
- Ориентирован на лидерство

▣ **Готовность рисковать:**

- Создает инновационную среду
- Преодолевает все барьеры на пути к цели
- Поддерживает инициаторов нововведений



□ **Требования высокого качества работы:**

- Вкладывает все свои умения руководителя, чтобы обеспечить высокое качество работы.
- Всегда контролирует качество выполненной работы.
- Рассматривает коллектив как ключ к достижению успеха.

□ **Ориентация на сотрудничество, приносящее удовлетворение подчиненным:**

- Делегирует сотрудникам полномочия действовать.
- Откликается на конструктивное сотрудничество с подчиненными.
- Предпочитает сотрудничество соревнованию.





## ВИДЫ ВЛАСТИ РУКОВОДИТЕЛЯ:

- Власть, основанная на вознаграждении.
- Экспертная власть (власть знания).
- Эталонная власть (власть примера).
- Нормативная власть.
- Информационная власть



## МОТИВАЦИЯ КОЛЛЕКТИВА

- Потребности самореализации.
- Потребность самоутверждения.
- Потребности в принадлежности.
- Потребности в безопасности.
- Физиологические потребности.
- Нематериальные мотивации.



## НЕГАТИВНОЕ ВЛИЯНИЕ НА МОТИВАЦИЮ

- Неуверенность учителей в поддержке руководством их деятельности.
- Неопределенность форм поощрения за достижения, а также условий и правил распределения вознаграждений.
- Неуверенность учителей в справедливости распределения вознаграждений.



## ФОРМЫ РАСПОРЯЖЕНИЙ

- **Приказ.** Чаще всего следует использовать в чрезвычайной ситуации, а также в отношении недобросовестных сотрудников.
- **Просьба.** Используется в том случае, если ситуация рядовая, а отношение между руководителем и подчиненным основано на доверии и доброжелательности.
- **Вопрос.** Применяется в случаях, когда вы хотите вызвать обсуждение, как лучше выполнить работу или подтолкнуть сотрудника к тому, чтобы он взял инициативу на себя.
- **«Доброволец».** Подходит для такой ситуации, когда работу не хочет делать никто, но тем не менее она должна быть сделана.



## ВОПРОСЫ И ОТВЕТЫ, ОБЕСПЕЧИВАЮЩИЕ ПРОДУКТИВНЫЙ ВНЕШНИЙ ДИАЛОГ.

- **Открытые вопросы.**
- **Зеркальный вопрос.**
- **Эстафетные вопросы.**
- **Нерефлексивное слушание.**
- **Рефлексивное слушание:** выяснение; перефразирование; отражение чувств; резюмирование; перебивание.



# ПУБЛИЧНАЯ РЕЧЬ

## Стили общения:

- «менторский» — поучительно-назидательный;
- «одухотворяющий» — возвышающий людей, вселяющий в них веру в свои духовные силы и личностные качества;
- «конфронтационный» — вызывающий у людей желание возражать, не соглашаться;
- «информационный» — ориентированный на передачу слушателям определенных сведений, восстановление в их памяти каких-либо фактов.

□



# ПУБЛИЧНАЯ РЕЧЬ

- Принципы речевого воздействия:
  1. Принцип доступности.
  2. Принцип ассоциативности.
  3. Принцип экспрессивности.
  4. Принцип интенсивности.



# ПУБЛИЧНАЯ РЕЧЬ

- Коммуникационные эффекты:
  1. Эффект визуального имиджа.
  2. Эффект первых фраз.
  3. Эффект аргументации.
  4. Эффект порционного выброса информации.
  5. Эффект художественной выразительности.
  6. Эффект релаксации, расслабления.





# ЭТАПЫ ПОДГОТОВКИ И ПРОВЕДЕНИЯ ПУБЛИЧНОГО ВЫСТУПЛЕНИЯ

- Подбор необходимого материала, содержания публичного выступления;
- Составление плана, распределение собранного материала в необходимой логической последовательности;
- Словесное выражение», литературная обработка речи;
- Заучивание, запоминание текста;
- Произнесение.



## СПОСОБЫ ВЫСТУПЛЕНИЯ С РЕЧЬЮ

- Чтение текста;
- Воспроизведение по памяти с чтением отдельных фрагментов (с опорой на текст);
- Свободная импровизация (экспромт).



# ПРОВЕДЕНИЕ ДЕЛОВЫХ ПЕРЕГОВОРОВ, ВСТРЕЧ И СОВЕЩАНИЙ

## **Типы деловых совещаний:**

- Инструктивные.
- Проблемные (например педагогический совет).
- Оперативные (планерки).



## МЕТОДИКА ПОДГОТОВКИ И ПРОВЕДЕНИЯ СОБРАНИЙ, ДИСКУССИЙ, КОНФЕРЕНЦИЙ, КРУГЛЫХ СТОЛОВ.

- **Дискуссия** – это спор, словесное состязание, в котором каждый отстаивает свое мнение.
- **Собрание:** группа сообщает о проделанной работе или предлагает идеи.
- **Жестко регламентированное обсуждение:** все выступления проходят через ведущего дискуссии.
- **Свободный обмен мнениями:** люди поочередно говорят друг с другом, выступления не обязаны проходить через ведущего дискуссии; абсолютно неформальное, нерегламентированное обсуждение.



# СОБРАНИЕ

## Цели и задачи:

- оперативно решить текущие проблемы;
- замотивировать участников на выполнение плана;
- собрать мнения и протестировать планируемые изменения;
- сформировать из коллектива команду;
- продвинуть организацию вперед.



- **Круглый стол** – одна из форм коллективной дискуссии по актуальной проблеме, беседа, в которой участвует группа (обычно не более 25 человек), и происходит свободный обмен мнениями (открытое обсуждение профессиональных проблем).
- **Конференция** – мероприятие с числом участников, превышающим несколько десятков человек. При организации крупной конференции количество участников может исчисляться сотнями.



## ОБУЧАЮЩИЙ СЕМИНАР

Групповая форма обучения персонала, предназначенная для изучения и освоения новых, ранее неизвестных актуальных направлений, форм и методов работы.

- Является наиболее разработанной и распространенной формой.
- Проводится с учетом категории слушателей (функциональной специализации, образования и стажа работы).
- Ориентирован на специфические запросы конкретных групп работников. Обучение проводится по определенной, достаточно узкой теме.

□



## МАСТЕР-КЛАСС

– одна из форм повышения профессионального мастерства специалистов, ориентированная на передачу теоретических и практических знаний по конкретным авторским программам.

- Подразумевает наличие:
  1. преподавателя (мастера), специалиста высокого уровня, который занимается передачей собственного опыта, мастерства путем прямого и комментированного показа приемов работы или эффективной деятельности, владеющего методикой обучения;
  2. группы участников (обучающихся).





## **Творческая лаборатория**

- комплексная форма обучения, позволяющая использовать преимущества различных форм обучения и разрабатывать конкретные рекомендации по решению актуальных проблем (организационных, кадровых и др.) с помощью различных учебных процедур и научных методик, включая моделирование ситуации, апробацию принимаемых решений.

