

Скрипюк Игорь Ильич,
кандидат психологических наук, доцент
Кафедра рекламы
Реклама и связи с общественностью, очная форма, 3 курс
6 семестр
2016-2017 уч. г.

ТРЕНИНГ ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ

Спецсеминар

Профессиональная деятельность бакалавра в области рекламы и связей с общественностью с необходимостью включает в себя активные деловые коммуникации, что нашло отражение в перечне общих и профессиональных компетенций данного направления и уровня обучения, таких как способность аргументировано, логически верно и содержательно ясно строить устную и письменную речь, (ОКБ-1), готовность к взаимодействию с коллегами (ОКБ-2), владение приемами убеждения (ПК-5), обладание базовыми навыками общения, умение устанавливать, поддерживать и развивать межличностные отношения, деловые отношения (ПК-9), способность к обеспечению внутренней и внешней коммуникации (ПК-26). Формирование и развитие данных компетенций обеспечивает в конечном итоге соответствующий уровень коммуникационной компетентности, существенно влияющей на эффективность деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью. Другими словами, выпускники, получившие степень бакалавра по данному направлению, должны иметь соответствующие знания, умения и навыки, способствующие эффективному деловому общению.

Коммуникационная компетентность, в свою очередь, обеспечивается специальными компетенциями, основными из которых являются способность устанавливать контакт с потенциальным собеседником, умение сориентироваться в позиции собеседника и изложить ему свою точку зрения на предмет общения, выявить его скрытые мотивы, грамотно использовать нереплексивное и рефлексивное общение, владение широким спектром аргументации, техниками ускорения принятия решения в деловом общении, умение так завершить коммуникационный процесс, чтобы оставить возможность продолжения диалога даже в ситуации взаимного недопонимания и отсутствия готовности договориться у оппонента.

Проблема приобретения коммуникационной компетентности заключается в том, что овладеть ею теоретически невозможно: какие бы обширные знания, имеющие отношение к деловому общению, не имел студент, только их практическое применение, выработка соответствующих умений и приобретение практических навыков могут сделать его профессиональным коммуникатором – мастером делового общения. Предлагаемый спецсеминар включает единственную вводную лекцию, посвященную базовым понятиям и принципам тренингового обучения. Все остальные занятия – это практические упражнения, кейсы, возможные ситуации профессионального делового общения в сфере рекламы и связей с общественностью. Выполнение этих заданий производится под видеозапись с последующим ее разбором, анализом допущенных ошибок и рекомендациями по совершенствованию коммуникационной деятельности обучаемых. Таким образом, спецсеминар, по сути, представляет собой социально-психологический тренинг, то есть тренинг, объектом воздействия в

котором являются качества, свойства, умения, способности и установки, проявляющиеся в общении.

Автор спецсеминара стоял у истоков возникновения и развития тренингового движения в России и за 20 лет провел свыше 500 тренингов по различным авторским программам.

В рамках тематики спецсеминара студенты готовят и теоретическую курсовую работу, позволяющую расширить базу знаний, необходимых для развития коммуникационной компетентности.

Авторские публикации по теме спецсеминара

1. Скрипюк И. И. 111 баек для тренеров. Изд. 2-е, переработанное и дополненное. СПб., 2013.
2. Скрипюк И. И. Активные формы работы с молодежной аудиторией: теория и практика. Л, 1989.
3. Скрипюк И. И. Деловая игра как способ диагностики профессионально значимых качеств личности // Психол. наука: Состоян. и персп. исследов. Тез докл. I Междунар. молодеж. школы психол. соц. стран. М., 1989. С.365-357.

План лекций

Тема 1. Базовые понятия делового общения.

Коммуникация, деловое общение, коммуникативная компетентность и коммуникативная успешность. Структура делового общения. Теория обмена Джорджа Хоманса. Развитие коммуникативной гибкости. Фазы делового общения и коммуникационные компетенции. Принципы и правила работы участников тренинга.

План семинаров

Тема 1. Фазы общения: контакт.

Имидж и первое впечатление. Настройка на партнера. Диагностика эмоционального состояния партнера. Необходимые коммуникативные умения: описывание поведения; передача чувств. Техники установления контакта. **(3 пары)**

Тема 2. Фазы общения: информирование.

Использование «Вы – подхода». Техники слушания и выспрашивания. Нереплексивное и рефлексивное слушание. Виды вопросов и технология выспрашивания. Скрытые мотивы и их выявление. Вербальный и невербальный компоненты общения. **(4 пары)**

Тема 3. Фазы общения: аргументация.

Техники аргументации и контраргументации. **(4 пары)**

Тема 4. Фазы общения: принятие решения и завершение общения.

Принятие решения и техники ускорения принятия решения. Принципы завершения общения. **(4 пары)**

Вопросы к зачету

Вопросы к зачету не предусмотрены.

Рекомендуемые примерные темы курсовых работ

1. Имидж и первое впечатление как инструмент установления контакта в деловом общении.
2. Уровни общения и принцип «выравнивания» в деловом общении.
3. Особенности делового общения с лицами, принимающими решения (ЛПР).
4. Продуктивная конфронтация и уверенное поведение в деловом общении.
5. Способы повышения эффективности приема и передачи информации в деловом общении.
6. Замечания и техники их нейтрализации.
7. «Язык тела» и определение эмоционального состояния собеседника.
8. Методы снятия напряженности в деловом общении.
9. Приемы рефлексивного слушания в деловом общении.
10. Субъекты и объекты делового общения в рекламной деятельности и в связях с общественностью.
11. Жестикуляция как невербальный компонент делового общения.
12. Мимика и пантомимика как невербальный компонент делового общения.

Текущий контроль (зачет)

Поскольку отработать пропуски тренинговых занятий не представляется возможным, студенты пропустившие занятия по неуважительной причине должны будут по каждой пропущенной теме написать реферат объемом не менее 25 страниц формата А4.

Самостоятельная работа предусматривает изучение рекомендованной литературы и использование раздаточных материалов, которые готовятся преподавателем по результатам проработки каждой темы.

Текущий контроль (курсовая работа)

Курсовая работа должна быть представлена в форме презентации для защиты и полного текста (в электронном формате). Студент обязан представить курсовую работу в сроки, установленные распоряжением заместителя начальника Учебного управления.

Студент не может быть аттестован, если не подготовил презентацию и не представил текст курсовой работы в указанный срок.

Объем курсовой работы составляет не менее 25 и не более 35 страниц печатного текста (шрифт Times New Roman, 12 кегль, 1,5 интервала) (без введения, заключения и списка источников).

Структурно курсовая работа состоит не менее, чем из двух, и не более, чем из трех глав.

Количество источников – не менее 20, в том числе Интернет-источников – не более 5.

На защиту курсовая работа представляется с аннотацией на русском и английском языках и презентацией в формате ppt .или pdf.

Все промежуточные материалы по курсовой работе (план, библиографический список, первая глава) сдаются в бумажном виде и дублируются электронной почтой на электронный адрес преподавателя. В случае

отсутствия любой из версий (бумажной или электронной) материал считается не сданным.

В окончательном варианте курсовая работа сдается вместе с диском, на котором записана ее электронная версия, аннотация и презентация для защиты.

В случае получения оценки «Не зачтено», студент выполняет новую курсовую работу на эту же тему.

Самостоятельная работа предусматривает изучение рекомендованной литературы.

Критерии оценки (зачет)

Оценку «*зачтено*» получают студенты, посетившие все практические занятия и продемонстрировавшие соответствующие знания и умения, необходимые на каждой фазе делового общения, а также представившие рефераты за каждое пропущенное по неуважительной причине занятие.

Оценка «незачтено» ставится, если не выполнены обозначенные условия для прохождения аттекстации.

Критерии оценки (курсовая работа)

Оценка «*отлично*» ставится, если содержание курсовой работы соответствует теме, использованные материалы проанализированы, отражена авторская позиция, сделаны выводы, соблюдены требования к оформлению курсовых работ, описание использованных литературных источников соответствует требованиям, работа содержит не более 0,5 страницы некорректных заимствований, подготовлена презентация, пройдена процедура защиты, материалы по курсовой работе сданы в срок.

Оценка «*хорошо*» ставится, если содержание курсовой работы не полностью соответствует ее теме, имеют место поверхностность анализа материалов и недостаточность выводов, имеются отдельные несущественные замечания по оформлению работы и описанию литературных источников, работа содержит не более 0,5 страницы некорректных заимствований, подготовлена презентация, пройдена процедура защиты, материалы по курсовой работе сданы в срок.

Оценка «*удовлетворительно*» ставится, если содержание курсовой работы не полностью соответствует ее теме, имеют место поверхностность анализа материалов и недостаточность выводов, имеются существенные замечания по оформлению работы и описанию литературных источников, работа содержит не более 0,5 страницы некорректных заимствований, подготовлена презентация, пройдена процедура защиты, но материалы по курсовой работе сданы не в указанный срок.

Оценка «*неудовлетворительно*» ставится, при наличии любого из указанных условий:

- содержание работы не соответствует теме;
- отсутствует презентация;
- не пройдена процедура публичной защиты;
- материалы по курсовой работе не сданы в срок;
- имеют место прямые заимствования текста из печатных источников и электронных ресурсов без соответствующих ссылок, оформленных по

требованиям государственного стандарта, объемом более 0,5 страницы печатного текста курсовой работы.

При этом возможны отдельные замечания, связанные с качеством и глубиной анализа полученных результатов, содержательностью выводов, соблюдением требований к оформлению курсовых работ, оформлению списка использованной литературы.

Список основной литературы

1. Горчакова В. Г. Имидж. Искусство и реальность: учебное пособие. М., 2014.
2. Деловое общение специалиста по рекламе: учебное пособие / О. С. Ломова; ред. Л. М. Дмитриева. М., 2013.
3. Коноваленко М. Ю. Деловые коммуникации: учебник/ М. Ю. Коноваленко, В. А. Коноваленко. М., 2014.
4. Самохвалова А. Г. Деловое общение: секреты эффективных коммуникаций: учебное пособие/ А. Г. Самохвалова; ред. И Авидон. 2-е изд., перераб. и доп. СПб., 2012.
5. Спивак В. Деловые коммуникации. Теория и практика. Учебник для бакалавров. М., 2014.
6. Титова Л. Г. Деловое общение: учебник/ Л. Г. Титова; ред. Т. М. Дубович. М., 2013.

Список дополнительной литературы

1. Бороздина Г. В. Психология делового общения: Учебное пособие. М., 2000.
2. Бринкман Р., Кершнер Р. Гений общения. СПб., 1997.
3. Дерябо С. Д., Ясвин В. А. Гроссмейстер общения: иллюстрированный самоучитель психологического мастерства. М., 1996.
4. Добрович А. Общение: наука и искусство. М., 1996.
5. Егидес А. П. Лабиринты общения. М., 1999.
6. Измайлова М. А. Деловое общение: учебное пособие / М. А. Измайлова. - 2-е изд. М., 2009.
7. Куницына В. М., Казаринова Н. В., Погольша В. М. Межличностное общение. СПб., 2001.
8. Леонтьев А. А. Психология общения. М., 1999.