

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

КАФЕДРА РУССКОГО ЯЗЫКА

Рабочая программа дисциплины (модуля)
ДЕЛОВАЯ КОММУНИКАЦИЯ В ПОЛИКУЛЬТУРНОЙ СРЕДЕ

Направление и направленность (профиль)
38.04.06 Торговое дело. Управление логистическими системами

Год набора на ОПОП
2022

Форма обучения
заочная

Владивосток 2023

Рабочая программа дисциплины (модуля) «Деловая коммуникация в поликультурной среде» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело (утв. приказом Минобрнауки России от 12.08.2020г. №982) и Порядком организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры (утв. приказом Минобрнауки России от 06.04.2021 г. N245).

Составитель(и):

*Коновалова Ю.О., кандидат филологических наук, доцент, Кафедра русского языка,
Yuliya.Konvalova@vvsu.ru*

*Креницкая М.Ю., кандидат филологических наук, доцент, Кафедра русского языка,
Marina.Krinitzkaya@vvsu.ru*

Утверждена на заседании кафедры русского языка от 28.04.2023 , протокол № 8

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий кафедрой (разработчика)

Коновалова Ю.О.

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ	
Сертификат	1575461532
Номер транзакции	000000000B162A0
Владелец	Коновалова Ю.О.

1 Цель, планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)

Целью освоения учебной дисциплины "Деловая коммуникация в поликультурной среде" является формирование профессиональной компетентности выпускников, способных к эффективному деловому взаимодействию с представителями различных культур на основе владения современными коммуникативными технологиями.

Задачи дисциплины следуют из необходимости подготовить выпускников, готовых к решению вопросов в области международных отношений, обладающих коммуникативной и межкультурной компетентностью, знаниями специфики международных отношений, навыками эффективного взаимодействия в академической и международной среде:

1. Придерживаться принципов культурного релятивизма в процессе межкультурного взаимодействия.
2. Осуществлять речевую коммуникацию в деловой среде в соответствии с требованиями современных коммуникативных технологий.
3. Научиться использовать знания этнокультурной специфики представителей различных национальных групп в различных ситуациях академического и профессионального общения.
4. Формировать бережное отношение к русскому языку как неотъемлемой части русской культуры как основе гражданской идентичности; осознавать роль русского языка как государственного языка РФ и языка межнационального общения.
5. Формировать осознание своего места в поликультурном мире, готовность участвовать в диалоге культур.
6. Формировать эстетическое отношение к языку и речи, нравственное сознание и поведение на основе общечеловеческих ценностей.

Планируемыми результатами обучения по дисциплине (модулю), являются знания, умения, навыки. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы, представлен в таблице 1.

Таблица 1 – Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины (модуля)

Название ОПОП ВО, сокращенное	Код и формулировка компетенции	Код и формулировка индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине		
			Код результата	Формулировка результата	
38.04.06 «Торговое дело» (М-ТД)	УК-4 : Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	УК-4.1в : Участвует в академической и профессиональной коммуникации на государственном языке, используя современные коммуникативные технологии	РД1	Знание	Демонстрирует знание видов современных коммуникативных технологий
			РД2	Умение	Применяет законы, правила и приемы эффективной коммуникации
			РД3	Навык	Использует принципы бесконфликтного общения и приемы речевого воздействия в ситуациях профессионального и академического общения

	УК-5 : Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	УК-5.1в : Сопоставляет этнокультурную специфику принципов речевого взаимодействия представителей различных культур	РД4	Знание	Находит отличия в правилах речевого взаимодействия представителей различных национальных групп
		УК-5.2в : Соблюдает принципы эффективного речевого взаимодействия в поликультурной среде	РД5	Навык	Выстраивает эффективную коммуникацию с учетом этнокультурной специфики норм речевого взаимодействия

2 Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП

Изучение дисциплины «Деловая коммуникация в поликультурной среде» предусмотрено обязательной частью Блока 1 учебного плана ОПОП.

Актуальность данной дисциплины обусловлена тем, что формирование межкультурной и коммуникативной компетентности – важная часть профессиональной подготовки студентов в вузе.

Совершенствование знаний, умений, владений в области межкультурной коммуникации направлено на комплексное развитие коммуникативной, информационной, социокультурной и профессиональной компетенций студентов.

Требования к входным знаниям: студент должен иметь сформированные теоретические знания в объеме, предусмотренном изученными на предыдущем уровне образования дисциплинами из области межкультурной коммуникации, речевого взаимодействия, культуры речи.

3. Объем дисциплины (модуля)

Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу с обучающимися (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу, приведен в таблице 2.

Таблица 2 – Общая трудоемкость дисциплины

Название ОПОП ВО	Форма обучения	Часть УП	Семестр (ОФО) или курс (ЗФО, ОЗФО)	Трудо-емкость (З.Е.)	Объем контактной работы (час)					СРС	Форма аттес-тации	
					Всего	Аудиторная			Внеауди-торная			
						лек.	прак.	лаб.	ПА			КСР
38.04.06 Торговое дело	ЗФО	М01.Б	1	2	9	2	6	0	1	0	63	3

4 Структура и содержание дисциплины (модуля)

4.1 Структура дисциплины (модуля) для ЗФО

Тематический план, отражающий содержание дисциплины (перечень разделов и тем),

структурированное по видам учебных занятий с указанием их объемов в соответствии с учебным планом, приведен в таблице 3.1

Таблица 3.1 – Разделы дисциплины (модуля), виды учебной деятельности и формы текущего контроля для ЗФО

№	Название темы	Код результата обучения	Кол-во часов, отведенное на				Форма текущего контроля
			Лек	Практ	Лаб	СРС	
1	Современные коммуникативные технологии в деловом общении	РД1	1	0	0	9	Тестирование
2	Межкультурная коммуникация в профессиональной сфере	РД4, РД5	1	0	0	9	Тестирование
3	Современные коммуникативные технологии в профессиональной сфере. Особенности письменного делового общения	РД1	0	1	0	9	Групповой проект
4	Современные коммуникативные технологии в ситуациях межкультурного общения	РД4, РД5	0	1	0	9	Кейсовые задания
5	Законы, правила и приемы эффективной коммуникации. Приемы речевого воздействия	РД2, РД3	0	1	0	9	Доклад с презентацией, ролевая игра
6	Принципы бесконфликтного общения	РД3	0	1	0	9	Индивидуальное творческое задание (с презентацией)
7	Принципы деловой коммуникации в транснациональных корпорациях	РД4, РД5	0	1	0	9	Кейсовые задания, доклад с презентацией
Итого по таблице			2	5	0	63	

4.2 Содержание разделов и тем дисциплины (модуля) для ЗФО

Тема 1 Современные коммуникативные технологии в деловом общении.

Содержание темы: Коммуникативные технологии. Язык как инструмент эффективной языковой коммуникации. Аспекты и виды общения. Цели и элементы коммуникации. Основные понятия коммуникации: речевое общение, речевая деятельность, речевое событие, речевое поведение. Эффективность коммуникации. Коммуникативные помехи и коммуникативные барьеры. Понятие и особенности деловой коммуникации.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Лекция.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Изучение материалов учебных пособий, дополнительных материалов к теме; подготовка к тестированию.

Тема 2 Межкультурная коммуникация в профессиональной сфере.

Содержание темы: Основные типы и классификации этнических культур. Культура и поведение. Национальное коммуникативное поведение представителей различных культур. Национальные особенности переговорного процесса.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Лекция.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Изучение материалов учебных пособий, дополнительных материалов к теме; подготовка к тестированию.

Тема 3 Современные коммуникативные технологии в профессиональной сфере.

Особенности письменного делового общения.

Содержание темы: Особенности письменного делового общения. Основные характеристики письменной деловой речи. Жанры документов деловой переписки. Структура и содержание резюме, рекомендательного письма, заявления, служебной (докладной) записки, доверенности. Стандарты оформления деловых писем. Структура и содержание письма-просьбы, письма-оферты, письма-отказа, письма-ответа и письма-претензии.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: практическое занятие (работа в группах).

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Изучение материалов учебных пособий, дополнительных материалов к теме; практикум по письму (подготовка к групповому проекту).

Тема 4 Современные коммуникативные технологии в ситуациях межкультурного общения.

Содержание темы: Техники и технологии делового общения с представителями различных культур. Толерантность, эмпатия, культурная восприимчивость, коммуникативная компетентность как условия эффективной деловой коммуникации.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: практическое занятие (работа в группах).

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Решение кейсовых заданий.

Тема 5 Законы, правила и приемы эффективной коммуникации. Приемы речевого воздействия.

Содержание темы: Правила и приёмы и законы общения. Законы общения: 1. Закон зеркального развития общения. 2. Закон зависимости результата общения от объёма коммуникативных усилий. 3. Закон возрастающего нетерпения слушателей. 4. Закон падения интеллекта аудитории с увеличением ее размера. 5. Закон первичного отторжения новой идеи, 6. Закон ритма общения, 7. Закон речевого самовоздействия. 8. Закон отторжения публичной критики. 9. Закон доверия к простым словам. 10. Закон притяжения критики. 11. Закон коммуникативных замечаний. 12. Закон ускоренного распространения негативной информации. 13. Закон искажения информации при ее передаче. 14. Закон детального обсуждения мелочей. 15. Закон речевого поглощения эмоции. 16. Закон эмоционального подавления логики. Понятие, способы и аспекты речевого воздействия.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Практическое занятие (работа в группах).

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Изучение материалов учебных пособий, дополнительных материалов к теме; подготовка к ролевой игре, к докладу.

Тема 6 Принципы бесконфликтного общения.

Содержание темы: Принципы и правила бесконфликтного общения (принцип терпимости к собеседнику, принцип благоприятной самоподачи, принцип минимизации негативной информации).

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Практическое занятие (работа в группах).

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Изучение материалов учебных пособий, дополнительных материалов к теме; подготовка к индивидуальному творческому заданию (с презентацией).

Тема 7 Принципы деловой коммуникации в транснациональных корпорациях.

Содержание темы: Международный этикет и протокол. Коммуникация как фактор поддержания корпоративной культуры. Отношения в группе. Отношения на индивидуальном уровне. Отношения с руководителем. Аккультурация и агент

аккультурации. Подготовка сотрудника к работе в другой культуре.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Практическое занятие (работа в группах).

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: решение кейсовых заданий.

5 Методические указания для обучающихся по изучению и реализации дисциплины (модуля)

5.1 Методические рекомендации обучающимся по изучению дисциплины и по обеспечению самостоятельной работы

Организация образовательного процесса регламентируется учебным планом и расписанием учебных занятий. Для всех видов аудиторных занятий академический час устанавливается продолжительностью 45 минут.

При формировании своей индивидуальной образовательной траектории обучающийся имеет право на переаттестацию соответствующих дисциплин (модулей), освоенных в процессе обучения, который в том числе освобождает обучающегося от необходимости их повторного освоения.

Программой дисциплины предусмотрено проведение лекционных и практических занятий с применением активных методов обучения: учебные дискуссии, подготовка докладов и презентаций, индивидуальные (написание эссе) и групповые задания (решение кейсовых заданий), традиционных методов обучения (традиционные лекции).

На использование активных методов обучения отводится 50 % занятий.

Широко используются информационные технологии (электронные тесты, подготовка электронных презентаций, использование интернет-ресурсов).

В ходе изучения данного курса предполагается использование электронных презентаций.

Для студентов в качестве самостоятельной работы предполагается подготовка кратких сообщений с презентацией в формате Microsoft PowerPoint, решение кейсовых заданий. В качестве задания для промежуточной аттестации предлагается эссе.

Основной вид занятий для студентов очной формы обучения – лекционные и практические занятия с применением информационно-коммуникационных технологий. На лекционных занятиях студенты знакомятся с теоретическими положениями теории коммуникации; основными понятиями теории межкультурной коммуникации и процессами, происходящими в практике межкультурной коммуникации в деловой среде. Практические занятия предполагают работу по освоению и закреплению теоретических знаний; расширению общего кругозора обучающихся и развитию коммуникативных навыков. Освоение курса предполагает посещение лекционных и практических занятий, самостоятельную работу по подготовке к аудиторным занятиям, выполнение тестовых заданий, самостоятельную работу с отдельными темами, посещение консультаций.

Для студентов очно-заочной формы обучения проводится на лекционных занятиях представляются самые общие сведения об изучаемой дисциплине и задания для самостоятельного изучения материала, акцентируется внимание на ключевых положениях каждой темы. В течение семестра студенты получают консультации по интересующим их вопросам. Во время сессии проводятся практические занятия в учебных аудиториях с мультимедийным оборудованием.

На лекционных занятиях ведется контроль посещаемости с помощью электронной системы считывания студенческих бейджей, принятой в университете, а также с помощью контрольных тестов, позволяющих провести проверку качества усвоения теоретического материала каждой лекции. На практических занятиях ведётся текущий поурочный контроль в форме защиты презентаций, устных выступлений, групповых и индивидуальных заданий, дискуссий по основным моментам изучаемых тем, осуществляется проверка выполнения

домашнего заданий.

Аттестация студентов осуществляется в соответствии с Положением о рейтинговой системе ВГУЭС.

Промежуточной формой контроля является зачет.

Самостоятельная внеаудиторная работа студентов является важнейшим условием успешного овладения программой курса. Она тесно связана с аудиторной работой. Студенты работают дома по заданиям преподавателя, которые базируются на материале, изученном на лекционном и практическом занятии.

На каждом занятии студенты получают домашнее задание, напрямую или опосредованно связанное с изученной теоретической темой.

В качестве самостоятельной работы предполагается подготовка коротких сообщений, поиск и анализ информации в сети Интернет и печатных СМИ, подготовка презентаций Power Point, групповая работа над решением кейсовых заданий.

Освоение курса предполагает самостоятельную работу по подготовке к лекционным и практическим занятиям, как с применением компьютерных программ, так и без их применения, а также работу над ситуационными проектами в группах.

5.2 Особенности организации обучения для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

При необходимости обучающимся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов (по заявлению обучающегося) предоставляется учебная информация в доступных формах с учетом их индивидуальных психофизических особенностей:

- для лиц с нарушениями зрения: в печатной форме увеличенным шрифтом; в форме электронного документа; индивидуальные консультации с привлечением тифлосурдопереводчика; индивидуальные задания, консультации и др.

- для лиц с нарушениями слуха: в печатной форме; в форме электронного документа; индивидуальные консультации с привлечением сурдопереводчика; индивидуальные задания, консультации и др.

- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в печатной форме; в форме электронного документа; индивидуальные задания, консультации и др.

6 Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

В соответствии с требованиями ФГОС ВО для аттестации обучающихся на соответствие их персональных достижений планируемым результатам обучения по дисциплине (модулю) созданы фонды оценочных средств. Типовые контрольные задания, методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и навыков, а также критерии и показатели, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и характеризующие этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы, представлены в Приложении 1.

7 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

7.1 Основная литература

1. Гойхман О. Я., Надеина Т. М. Речевая коммуникация : Учебник [Электронный ресурс] : Инфра-М , 2020 - 286 - Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/document?id=348858>

2. Черкашина, Т. Т. Язык деловых межкультурных коммуникаций : учебник / под ред. Т.Т. Черкашиной. — Москва : ИНФРА-М, 2022. — 368 с. + Доп. материалы

[Электронный ресурс]. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/22224. - ISBN 978-5-16-012114-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1876389> (дата обращения: 01.03.2023). – Режим доступа: по подписке.

3. Шлепнёва, Т. О. Деловые коммуникации в профессиональной деятельности : учебное пособие / Т. О. Шлепнёва, И. В. Майзель. — Иркутск : ИРНИТУ, 2021. — 214 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/325460> (дата обращения: 21.06.2023). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

7.2 *Дополнительная литература*

1. Деловые коммуникации : Учебное пособие [Электронный ресурс] : Вузовский учебник , 2020 - 160 - Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/document?id=359428>

2. Таратухина Ю. В., Авдеева З. К. ДЕЛОВЫЕ И МЕЖКУЛЬТУРНЫЕ КОММУНИКАЦИИ. Учебник и практикум для вузов [Электронный ресурс] , 2020 - 324 - Режим доступа: <https://urait.ru/book/delovye-i-mezhkulturnye-kommunikacii-450299>

7.3 *Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая профессиональные базы данных и информационно-справочные системы (при необходимости):*

1. онлайн-курс "Межкультурные деловые коммуникации" <https://stepik.org/course/128055/promo>

2. Портал "Открытое образование" курс "Язык, культура и межкультурная коммуникация" <https://openedu.ru/course/msu/LANG/>

3. Специализированный портал "Межкультурная коммуникация" (на русском языке): <http://intercultural.ru/>

4. Справочно-информационный портал ГРАМОТА.РУ <http://gramota.ru/>

5. Электронная библиотечная система ZNANIUM.COM - Режим доступа: <https://znanium.com/>

6. Электронно-библиотечная система "ZNANIUM.COM" - Режим доступа: <https://znanium.com/>

7. Электронно-библиотечная система "ЛАНЬ"

8. Электронно-библиотечная система издательства "Юрайт" - Режим доступа: <https://urait.ru/>

9. Open Academic Journals Index (ОАИ). Профессиональная база данных - Режим доступа: <http://oaji.net/>

10. Президентская библиотека им. Б.Н.Ельцина (база данных различных профессиональных областей) - Режим доступа: <https://www.prlib.ru/>

11. Информационно-справочная система "Консультант Плюс" - Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>

8 Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля) и перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения

Основное оборудование:

- DIS CM 6090 Р Пульт председателя с 2-мя селекторами каналов
- DIS DM 6090 Р Пульт делегата с 2-мя селекторами каналов
- PTZ - Камера
- Двухполосная АС 30Вт MR-44
- Микрофон на гусиной шее 50см, DIS GM 4424

- Микрофон на гусиной шее 50см, DIS GM 4424
- Передатчик XGA сигнала в витую пару CAT5
- Передатчик видеосигналов в витую пару CAT5
- Приемник видеосигнала из витой пары CAT5
- Приемник видеосигналов из витой пары CAT5
- Четырехканальный передатчик XGA сигнала в витую пару CAT5

Программное обеспечение:

- Microsoft Windows XP Professional

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

КАФЕДРА РУССКОГО ЯЗЫКА

Фонд оценочных средств
для проведения текущего контроля
и промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)

ДЕЛОВАЯ КОММУНИКАЦИЯ В ПОЛИКУЛЬТУРНОЙ СРЕДЕ

Направление и направленность (профиль)

38.04.06 Торговое дело. Управление логистическими системами

Год набора на ОПОП
2022

Форма обучения
заочная

Владивосток 2023

1 Перечень формируемых компетенций

Название ОПОП ВО, сокращенное	Код и формулировка компетенции	Код и формулировка индикатора достижения компетенции
38.04.06 «Торговое дело» (М-ТД)	УК-4 : Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном (ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	УК-4.1в : Участвует в академической и профессиональной коммуникации на государственном языке, используя современные коммуникативные технологии
	УК-5 : Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	УК-5.1в : Сопоставляет этнокультурную специфику принципов речевого взаимодействия представителей различных культур
		УК-5.2в : Соблюдает принципы эффективного речевого взаимодействия в поликультурной среде

Компетенция считается сформированной на данном этапе в случае, если полученные результаты обучения по дисциплине оценены положительно (диапазон критериев оценивания результатов обучения «зачтено», «удовлетворительно», «хорошо», «отлично»). В случае отсутствия положительной оценки компетенция на данном этапе считается несформированной.

2 Показатели оценивания планируемых результатов обучения

Компетенция УК-4 «Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия»

Таблица 2.1 – Критерии оценки индикаторов достижения компетенции

Код и формулировка индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине			Критерии оценивания результатов обучения
	Код результата	Тип результата	Результат	
УК-4.1в : Участвует в академической и профессиональной коммуникации на государственном языке, используя современные коммуникативные технологии	РД1	Знание	Демонстрирует знание видов современных коммуникативных технологий	Сформированное систематическое знание видов современных коммуникативных технологий
	РД2	Умение	Применяет законы, правила и приемы эффективной коммуникации	Сформированное умение применять законы, правила и приемы эффективной коммуникации
	РД3	Навык	Использует принципы бесконфликтного общения и приемы речевого воздействия в ситуациях профессионального и академического общения	Сформированные навыки использования принципов бесконфликтного общения и приемы речевого воздействия в ситуациях профессионального и академического общения

Компетенция УК-5 «Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия»

Таблица 2.2 – Критерии оценки индикаторов достижения компетенции

Код и формулировка индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине			Критерии оценивания результатов обучения
	Код результата	Тип результата	Результат	
УК-5.1в : Сопоставляет этнокультурную специфику принципов речевого взаимодействия представителей различных культур	РД4	Знание	Находит отличия в правилах речевого взаимодействия представителей различных национальных групп	Сформированное систематическое знание правил речевого взаимодействия представителей различных национальных групп
УК-5.2в : Соблюдает принципы эффективного речевого взаимодействия в поликультурной среде	РД5	Навык	Выстраивает эффективную коммуникацию с учетом этнокультурной специфики норм речевого взаимодействия	Сформированные эффективные навыки коммуникации с учетом этнокультурной специфики норм речевого взаимодействия

Таблица заполняется в соответствии с разделом 1 Рабочей программы дисциплины (модуля).

3 Перечень оценочных средств

Таблица 3 – Перечень оценочных средств по дисциплине (модулю)

Контролируемые планируемые результаты обучения		Контролируемые темы дисциплины	Наименование оценочного средства и представление его в ФОС	
			Текущий контроль	Промежуточная аттестация
Заочная форма обучения				
РД1	Знание : Демонстрирует знание видов современных коммуникативных технологий	1.1. Современные коммуникативные технологии и в деловом общении	Тест	Эссе
		1.3. Современные коммуникативные технологии и в профессиональной сфере. Особенности письменного делового общения	Проект	Эссе
РД2	Умение : Применяет законы, правила и приемы эффективной коммуникации	1.5. Законы, правила и приемы эффективной коммуникации. Приемы речевого воздействия	Доклад, сообщение	Эссе
РД3	Навык : Использует принципы бесконфликтного общения и приемы речевого воздействия в ситуациях профессионального и академического общения	1.5. Законы, правила и приемы эффективной коммуникации. Приемы речевого воздействия	Деловая и/или ролевая игра	Эссе
		1.6. Принципы бесконфликтного общения	Разноуровневые задачи и задания	Эссе

РД4	Знание : Находит отличия в правилах речевого взаимодействия представителей различных национальных групп	1.2. Межкультурная коммуникация в профессиональной сфере	Тест	Эссе
		1.4. Современные коммуникативные технологии и в ситуациях межкультурного общения	Кейс-задача	Эссе
		1.7. Принципы деловой коммуникации в транснациональных корпорациях	Доклад, сообщение	Эссе
Кейс-задача	Эссе			
РД5	Навык : Выстраивает эффективную коммуникацию с учетом этнокультурной специфики норм речевого взаимодействия	1.2. Межкультурная коммуникация в профессиональной сфере	Тест	Эссе
		1.4. Современные коммуникативные технологии и в ситуациях межкультурного общения	Кейс-задача	Эссе
		1.7. Принципы деловой коммуникации в транснациональных корпорациях	Доклад, сообщение	Эссе
Кейс-задача	Эссе			

4 Описание процедуры оценивания

Качество сформированности компетенций на данном этапе оценивается по результатам текущих и промежуточных аттестаций при помощи количественной оценки, выраженной в баллах. Максимальная сумма баллов по дисциплине (модулю) равна 100 баллам.

Качество сформированности компетенций на данном этапе оценивается по результатам текущих и промежуточной аттестаций количественной оценкой, выраженной в баллах, максимальная сумма баллов по дисциплине равна 100 баллам.

Распределение баллов по видам учебной деятельности

Вид учебной деятельности	Оценочное средство									
	Тест №1	Тест №2	Групповой проект	Кейсовое задание	Доклад с презентацией №№ 1-2	Ролевая игра	Задания для самостоятельной работы	Вопросы для собеседования (устного опроса)	Индивидуальное творческое задание	Эссе
Лекции	5	5					5	5		
Практические занятия			10	10		10				
Самостоятельная работа	5	5			10		5	5	10	
Промежуточная аттестация										
Итого	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10

Текущая аттестация по дисциплине «Деловая коммуникация в поликультурной среде» включает в себя теоретические, позволяющие оценить уровень усвоения обучающимися знаний, и практические задания, выявляющие степень сформированности умений и навыков (см. раздел 5).

Усвоенные знания проверяются при помощи тестирования, умения и навыки проверяются в ходе выполнения практических заданий.

Сумма баллов, набранных студентом по дисциплине, переводится в оценку в соответствии с таблицей.

Сумма баллов по дисциплине	Оценка по промежуточной аттестации	Характеристика качества сформированности компетенции
от 91 до 100	«зачтено» / «ОТЛИЧНО»	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций, обнаруживает всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного материала, усвоил основную литературу и знаком с дополнительной литературой, рекомендованной программой, умеет свободно выполнять практические задания, предусмотренные программой, свободно оперирует приобретенными знаниями, умениями, применяет их в ситуациях повышенной сложности.
от 76 до 90	«зачтено» / «хорошо»	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций: основные знания, умения освоены, но допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях, переносе знаний и умений на новые, нестандартные ситуации.
от 61 до 75	«зачтено» / «удовлетворительно»	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций: в ходе контрольных мероприятий допускаются значительные ошибки, проявляется отсутствие отдельных знаний, умений, навыков по некоторым дисциплинарным компетенциям, студент испытывает значительные затруднения при оперировании знаниями и умениями при их переносе на новые ситуации.
от 41 до 60	«не зачтено» / «неудовлетворительно»	У студента не сформированы дисциплинарные компетенции, проявляется недостаточность знаний, умений, навыков.
от 0 до 40	«не зачтено» / «неудовлетворительно»	Дисциплинарные компетенции не сформированы. Проявляется полное или практически полное отсутствие знаний, умений, навыков.

Сумма баллов, набранных студентом по всем видам учебной деятельности в рамках дисциплины, переводится в оценку в соответствии с таблицей.

Сумма баллов по дисциплине	Оценка по промежуточной аттестации	Характеристика качества сформированности компетенции
от 91 до 100	«зачтено» / «отлично»	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций, обнаруживает всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного материала, усвоил основную литературу и знаком с дополнительной литературой, рекомендованной программой, умеет свободно выполнять практические задания, предусмотренные программой, свободно оперирует приобретенными знаниями и умениями, применяет их в ситуациях повышенной сложности.
от 76 до 90	«зачтено» / «хорошо»	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций: основные знания, умения освоены, но допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях, переносе знаний и умений на новые, нестандартные ситуации.
от 61 до 75	«зачтено» / «удовлетворительно»	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций: в ходе контрольных мероприятий допускаются значительные ошибки, проявляется отсутствие отдельных знаний, умений, навыков по некоторым дисциплинарным компетенциям, студент испытывает значительные затруднения при оперировании знаниями и умениями при их переносе на новые ситуации.
от 41 до 60	«не зачтено» / «неудовлетворительно»	У студента не сформированы дисциплинарные компетенции, проявляется недостаточность знаний, умений, навыков.

- В) терпимое отношение к иностранцам
- Г) проявление нетерпимого отношения к людям, имеющим иные убеждения

7. *Международный этикет - это*

- А) совокупность общепринятых правил и норм поведения как в официальной, так и неофициальной обстановке
- Б) совокупность общепринятых правил и норм поведения в неофициальной обстановке
- В) совокупность общепринятых правил и норм поведения в официальной обстановке
- Г) совокупность общепринятых правил и норм поведения как в официальной, так и неофициальной обстановке для политиков

8. *Типология культур Э. Холла по отношению к информации, сопровождающей общение, включает в себя культуры*

- А) коллективистские и индивидуалистские
- Б) мужественные и женственные
- В) низкоконтекстные и высококонтекстные
- Г) монохронные и полихронные

9. В теории Р. Льюиса (Треугольник культур) отсутствует следующий тип деловых культур

- А) моноактивные культуры
- Б) гиперактивные культуры
- В) реактивные культуры
- Г) полиактивные культуры

10. *Выберите один или несколько ответов. К условиям эффективной деловой межкультурной коммуникации относится*

- А) коммуникативная компетентность
- Б) эмпатия
- В) толерантность
- Г) культурная восприимчивость

11. При первой встрече с потенциальными ... партнёрами Вы никогда сразу не заключите сделку. Первое Ваше предложение не будет рассматриваться серьёзно.

- А) китайскими
- Б) испанскими
- В) американскими
- Г) немецкими

12. Выберите один или несколько ответов.

По сравнению с Китаем, Японией, Кореей и многими другими азиатскими странами, в Северной и Западной Европе

- А) подарки – необязательная часть деловых отношений
- Б) принято дарить более дорогие подарки
- В) к подаркам может быть приравнено совместное времяпрепровождение (поход в театр, спортивное мероприятие)
- Г) подарки всегда преподносятся с чеком в коробке

13. Назначение международного протокола -

- А) развитие международных экономических и культурных связей
- Б) поддержание старинных традиций
- В) предотвращение межэтнических конфликтов
- Г) защита престижа и суверенитета страны

14. Основополагающий принцип деловой этики -

- А) принцип международной вежливости
- Б) принцип кооперации

- В) умение достичь компромисса
- Г) принцип паритетности интересов

15. Торжественный официальный акт, проведение которого предполагает жестко установленный порядок, строгую однозначность действий участников, отсутствие каких-либо вариантов в их поведении -

- А) церемониал
- Б) традиция
- В) церемония
- Г) мероприятие

Краткие методические указания

Требования к выполнению:

- перед выполнением задания изучить информацию по теме;
- знать основные понятия и ключевые слова темы.

Шкала оценки

Оценка	Баллы	Описание
5	9 – 10	выставляется студенту, если студент правильно ответил на 18-20 тестовых заданий из 20
4	7 – 8	выставляется студенту, если студент правильно ответил на 14-16 тестовых заданий из 20
3	5 – 6	выставляется студенту, если студент правильно ответил на 10-12 тестовых заданий из 20
2	3 – 4	выставляется студенту, если студент правильно ответил на 6 – 8 тестовых заданий из 20
1	0–2	выставляется студенту, если студент правильно ответил на 2 – 4 тестовых задания из 20

5.2 Примеры тестовых заданий

Вопросы теста № 2

1. Жанрами делового общения не являются
 - А) совещания
 - Б) научные лекции
 - В) презентации
 - Г) переговоры
2. Директор компании «А» написал деловое письмо директору компании «Б». С точки зрения теории коммуникации, директор компании «Б» – это
 - А) отправитель
 - Б) канал
 - В) получатель
 - Г) сообщение
3. Общение, которое зависит от положения его участников относительно друг друга в пространстве и времени называется
 - А) информационное / фатическое
 - Б) монологическое / диалогическое
 - В) вербальное / невербальное
 - Г) контактное / дистантное
4. Речевое общение – это
 - А) процесс установления контакта между людьми при помощи невербальных элементов
 - Б) условия, обстановка, в которой происходит речевое общение, включая самих участников (речевая ситуация)
 - В) степень достижения целей коммуникации при сохранении коммуникативного равновесия
 - Г) процесс установления и поддержания целенаправленного, прямого или опосредованного контакта между людьми при помощи языка
5. К числу основных единиц речевого общения не относятся
 - А) речевое событие
 - Б) дискурс

- В) речевая ситуация
- Г) речевое взаимодействие

6. Речевая деятельность субъекта и реакция адресата на речь субъекта – это речевое ...

- А) поведение
- Б) событие
- В) взаимодействие

7. Каких выражений следует избегать при телефонных разговорах?

- А) «я не знаю»
- Б) «вы должны...»
- В) несогласие с собеседником начинать со слова «нет»;
- Г) всех выше перечисленные

8. Барьер неверных стереотипов – это

- А) предвзятое отношение к определенному типу людей
- Б) помехи из-за языковых различий отправителя и получателя
- В) психологический барьер, который мешает осуществить успешную коммуникацию из-за уверенности и установки, что ничего не получится, все пойдет плохо
- Г) психологическая преграда, которую человек устанавливает на пути нежелательной, утомительной или опасной информации

9. Вы – руководитель компании и проводите в своем офисе переговоры с другой компанией. Что необходимо сделать после того, как вы познакомили всех участников?

- А) Приступить к изложению своей позиции
- Б) Пригласить всех на торжественное мероприятие
- В) Назвать проблему, по поводу которой проводятся переговоры
- Г) Предоставить слово другой стороне

10. Напишите слово в правильном падеже. Вид коммуникации, при котором участники общения соблюдают определённые ритуалы речевого поведения, называется ...

11. Соотнесите цели коммуникации с их определениями.

1. информационная цель А. получить, узнать что-либо или изменить что-либо в поведении

2. коммуникативная цель Б. сформировать определенное отношение собеседника

3. предметная цель В. донести свою информацию до собеседника

12. Фраза: «Велосипед, бубен, грабли и костыли – основные инструменты программиста» является примером, который иллюстрирует ...

- А) семантический барьер
- Б) языковой барьер
- В) физический барьер
- Г) логический барьер

13. Нужно помнить ...

А) чем меньше звеньев передачи информации, тем более искаженной информация будет передана

Б) чем больше звеньев передачи информации, тем более искаженной информация будет передана

14. Вербальные коммуникации осуществляются с помощью

- А) информационных технологий
- Б) жестов
- В) определенного темпа речи
- Г) устной речи

15. Деловое письмо относится к ... виду общения.

- А) невербальному
- Б) официальному
- В) фатическому
- Г) контактному

*Краткие методические указания
Требования к выполнению:*

- перед выполнением задания изучить информацию по теме
- знать основные понятия и ключевые слова этой темы

Шкала оценки

Оценка	Баллы	Описание
5	5	выставляется студенту, если студент правильно ответил на 18-20 тестовых заданий из 20
4	4	выставляется студенту, если студент правильно ответил на 14-16 тестовых заданий из 20
3	3	выставляется студенту, если студент правильно ответил на 10-12 тестовых заданий из 20
2	2	выставляется студенту, если студент правильно ответил на 6 – 8 тестовых заданий из 20
1	0-1	выставляется студенту, если студент правильно ответил на 2 – 4 тестовых задания из 20

5.3 Задания для решения кейс-задачи

Примеры кейсовых заданий

Ситуация 1

Разыграйте ситуацию деловой встречи партнеров китайской и немецкой компаний. Включите в ситуации момент вручения подарков. Спрогнозируйте риски коммуникативной неудачи. Выявите ошибки в поведении участников коммуникации, определите эффективность/неэффективность начала коммуникации, причины коммуникативной неудачи и т.п. и разработайте возможные стратегии поведения участников ситуации.

Вводная информация: Многие немецкие предприниматели вспоминают, что при первых контактах с партнерами из азиатских стран им вручались различные подарки, которые в протоколах отмечались как сувениры. Немецкие бизнесмены, как правило, не готовы принимать подарки, тем более при первом контакте, да еще от совершенно незнакомых людей, кроме того, они воспринимали их как взятку. Вопрос о роли подарков для представителей азиатской культуры имел совершенно другое значение, т. к. деловые отношения с их точки зрения, основываются на личных отношениях. Подарки помогают установить личные связи между партнерами. На Западе стараются избегать любых действий, которые могут выглядеть как взятка. Приглашения и подарки считаются нежелательным влиянием или даже попыткой подкупа. Западная модель делового поведения строится на строгих этических правилах.

Ситуация 2

Прочитайте статью Натальи Токарь о важности коммуникативных навыков и о так называемых софт скиллз (soft skills) в бизнесе. Обоснуйте необходимость и предложите вариант развития коммуникативных навыков сотрудников вашей воображаемой компании. Сформулируйте главную цель и составьте план достижения цели.

Страна глухих. Как умение общаться стало главным навыком в бизнесе

Наталья Токарь Forbes Contributor

Бизнес в Европе и США уже развернул борьбу с неумением ясно донести свою мысль до коллег и партнеров: в эпоху цифровизации люди начали терять коммуникативные навыки.

Коммуникация, убедительность, эмпатия, умение слушать — это софт скиллз (soft skills). Для многих организаций они представляются как «опциональные», «необязательные» навыки, но безусловно «важные». При приеме на работу определяющими критериями являются не навыки «убеждения», «самообладания», «готовности быть ментором для других» и не «эмоциональный интеллект». Определяющими показателями остаются необходимые технические навыки, прошлый опыт работы, количественные показатели: сколько клиентов потенциальный сотрудник вел, каков был размер управляемого капитала и на какую он претендует зарплату.

Отстающие «гибкие навыки» компании развивают с помощью специальных программ от привлеченных экспертов. На протяжении последних 10 лет в Америке и Европе и особенно последние 5 лет в России есть активный спрос на такие программы.

Washington Post [опубликовал](#) в этом году ряд исследований, согласно которым спрос

на софт скиллз в Штатах среди работодателей значительно превышает спрос на технические навыки. Кармин Галло в книге Five Stars подтверждает, что сегодня самый высокий спрос на навык качественной коммуникации в бизнесе и практически отсутствуют предложения на рынке. Мы наблюдаем наиболее критичный дисбаланс за всю историю развития человеческих отношений.

LinkedIn проанализировал профили пользователей в 100 городах и сравнил с навыками, востребованными там же у работодателей. Оказалось, что не хватает 1,4 млн человек с навыками коммуникации, чтобы закрыть текущие вакансии. Дефицит людей с навыками программирования, для сравнения, составил 472 000.

Человечество, которое встало на путь автоматизации всех возможных процессов, как никогда сейчас нуждается в навыках, которыми может обладать только человек: креативность, человеческая коммуникация и эмпатия. Другими словами, мы научились строить и понимать машины. Но то, что мы так и не научились понимать людей, остается неизменным фактом.

Незаменимые есть

Люди с развитыми навыками коммуникации становятся незаменимыми в любой компании, особенно международной. Сегодня, когда многие вакансии рискуют стать ненужными благодаря возможности заменить человека роботом, нужны уникальные навыки, в которые, как оказалось, человечество практически не инвестировало последние 40 лет, т. к. было занято подготовкой технических специалистов.

Новое поколение называют «поколение digital», но Washington Post пишет, что единственное, что миллениалы умеют хорошо, — обратиться к своему девайсу, когда нужна помощь, и выключить девайс, когда вопрос решен. Они знают все о возможностях своих телефонов, и практически не умеют общаться без них — с живыми людьми.

Заменить талантливого программиста или ученого легко сегодня может программист или ученый, который умеет общаться и строить отношения с людьми.

Ответом на эту потребность стал, например, новый подкаст «Soft Skills Engineering» от руководителя команды разработчиков Amazon Alexa, который помогает программистам развивать именно нетехнические навыки. Часто задаваемый вопрос — в студию: «Мой босс хочет, чтобы я начал выступать на технических митапах, а затем — конференциях. Что мне делать? Я программист, не оратор».

Автор утверждает, что технические митапы все больше напоминают встречи [Toastmasters](#). Растут требования к программистам, которые должны уметь не только писать код, но и объяснять результаты своей работы коллегам и более широкой публике. Согласно подкасту, программисты, удачно выступившие на митапе, всегда уходят с несколькими предложениями о работе, т. е. налицо острый дефицит навыков коммуникации среди технических специалистов.

Коммуникация для технических гениев

Очень много технических профессионалов не могут объяснить миру свои идеи и получить финансирование. На любой презентации нового AI, VR, IT-продукта 9 из 10 спикеров оставляют инвесторов и журналистов в недоумении. После 15 минут обилия технических деталей все еще непонятно, в чем суть продукта.

Когда ни одна из десятков встреч с инвесторами не заканчивается инвестицией, причина всегда простая, но неочевидная для стартапа — они говорят непонятно. Они не умеют выстраивать человеческие отношения, а инвестор — прежде всего человек, который в большинстве случаев даже на 10% так глубоко не разбирается в технологии, как стартап, который ее создает.

SIIA, Швейцарская инвестиционная ассоциация, приняла решение в 2018 году организовать специальные коуч-сессии для предпринимателей, т. к. невнятные презентации тормозят весь инвестиционный механизм и портят репутацию ассоциации.

Коммуникация для бизнес-лидеров

Машины умеют повторить то, что создал человек, но они не способны создавать. Машины могут распознать человеческую эмоцию, но сами не способны на эмоцию. Они не

могут вдохновлять, возбуждать воображение, заставить человека мечтать. А это необходимое портфолио лидера: креативное мышление, способность вдохновлять на действия, забота о людях и эмпатия. Машины способны только действовать по инструкции, написанной человеком.

Коммуникация сегодня — это навык, который позволяет лучше понимать людей. А следовательно — лучше управлять командами, находить лучшие решения внутри команды, лучше продавать, находить лучших стратегических партнеров и инвесторов.

Интересно, что в CISCO решения о повышении принимаются на основе качества навыков презентаций и коммуникации. Те, кто демонстрирует хотя бы 4 по пятибалльной шкале, рассматриваются как кандидаты на повышение. Логика здесь простая: повышение всегда означает управление людьми или большим количеством людей. Навык коммуникации с людьми (а не навык хорошо делать свой отрезок работы) становится первостепенным.

Кармин Галло приводит в пример стартап из Сан-Франциско (входит в топ-3 в сфере медицинского страхования). Компания провела собственное исследование, из которого вывела, что нужно развивать навык «говорить на языке шестиклассника». Именно на таком языке они отправляют своим клиентам брошюры, именно так учат говорить сотрудников кол-центра и утверждают, что именно благодаря упрощению формулировок смогли улучшить коммуникацию с клиентами и получить новый раунд инвестиций.

Джефф Безос пишет, что [запрещает](#) Power Point на внутренних встречах Amazon. Вместо этого у сотрудников новая задача — развивать навыки сторителлинга и писать отчет после каждой встречи в режиме повествования, т. е. отказаться полностью от буллетов.

Carnival Corporation, самая крупная туристическая компания в мире, вышла на этот уровень после прихода нового CEO Арнольда Дональда в 2013 году. На вопрос, как он мотивирует сотрудников каждый раз оказывать выдающийся сервис, он ответил, что самый важный навык — коммуникация, и не говорить, а слушать. Слушать как своих сотрудников, так и клиентов, чтобы использовать услышанное в ответах клиенту. Вся команда проходит обучение коммуникациям в обязательном порядке.

В глобальных корпорациях, где общение происходит на нескольких языках, необходимость развития навыка качественной коммуникации и строить человеческие отношения на другом языке стоит еще острее. Исследуя компании в Штатах, Азии и Европе, которые охотно берут на работу иностранцев, я вижу, что свободное знание второго, третьего иностранного языка — более интересное преимущество для компаний, чем наличие нужного прикладного навыка. Навык свободно общаться на нескольких языках гарантирует наличие навыка глубоко понимать очень разных людей, что для глобальных компаний — безусловный рычаг для роста.

Ситуация 3

Разыграйте ситуацию продажи какого-либо товара (на рынке между физлицами, при заключении договора между юрлицами и т.п.), действующие лица – представители европейского и арабского мира. Задача одной стороны – продать максимально дорого, задача другой – купить максимально выгодно. Оцените эффективность выбранной линии поведения. Используйте различные приемы речевого воздействия.

Вводная информация. В европейских странах товар имеет устойчивую цену. В редких случаях возможно торговаться. В то же время именно торг обязательно сопровождает покупку в арабских странах. Там торговля является одновременно процессом общения между участниками и поэтому превращается в увлекательную и эмоциональную форму коммуникации.

Ситуация 4

Ваша компания заключила контракт с новым партнером из-за границы. Вы назначены ответственным за завершение поставок и общение с этим партнером. В процессе работы вы сталкиваетесь с проблемой – ваш партнер не отвечает на ваши письма и звонки, что мешает завершению контракта.

Ситуация 5

Конфликт на рабочем месте

Описание ситуации: в компании работают два сотрудника, Виктор и Мария. Виктор – менеджер отдела продаж, Мария – специалист по маркетингу. Недавно у них возник конфликт, который начался из-за того, что Мария не согласилась с решением Виктора по поводу развития одного из продуктов компании. Виктор в свою очередь был обижен на Марию, что она не поддержала его решение и начал игнорировать ее на рабочем месте.

Вопросы для обсуждения.

1. Как вы бы поступили на месте Виктора и Марии?
2. Какие могут быть последствия такого конфликта для компании?
3. Какие методы разрешения конфликтов можно применить в данной ситуации?

Ситуация 6

Проанализируйте кейс и аргументируйте ответы на вопросы

Менеджер по продажам Том Коллинз отправился в командировку в г. К. Его целью было представить свою компанию, занимающуюся выпуском телевизоров, К. Аль-Джабри, президенту ритейлинговой группы.

После того, как Том Коллинз прибыл в г. К, его оповестили, что встреча с К. Аль-Джабри откладывается на два дня. Когда, через два дня, встреча состоялась, Коллинз был удивлён, что на встрече присутствовали другие сотрудники Аль-Джабри.

Во время первой встречи Коллинз отклонил предложение Аль-Джабри выпить кофе, (прежде чем перейти к делам) ответил отрицательно на вопрос «Как Вам виды г. К?» (мотивируя это тем, что был крайне занят бумагами эти 2 дня).

Аль-Джабри во время встречи часто отвлекался на телефонные звонки. Коллинза это явно раздражало. Он скорее хотел перейти к делу. К тому же, казалось, что его собеседника больше интересовали английские футбольные команды, о которых он всё время пытался поговорить вместо того, чтобы заняться обсуждением конкретных деловых вопросов.

Когда Коллинз выразил восхищение картиной, висевшей на стене офиса, Аль-Джабри предложил Коллинзу взять её в подарок. Это предложение сильно смутило Коллинза.

Два дня спустя, на новой встрече Коллинз представил новую продукцию своей компании. На встрече присутствовали сотрудники компании. Они задавали ему вопросы, касающиеся технических характеристик продукции, на многие из которых Коллинз не смог ответить.

На следующий день Коллинз спросил Аль-Джабри, будет ли он заключать сделку на поставку телевизоров. Аль-Джабри ответил «Как бог даст!». Коллинз подумал, что это означает – ДА.

Коллинз не подписал контракт и уехал с надеждой, что подписание откладывается. Когда через месяц он отправил письмо в компанию, ему ответили, что Аль-Джабри в командировке.

1. Из какой страны Коллинз?
2. Из какой страны Аль-Джабри?
3. Назовите причины неудавшейся сделки. Аргументируйте Ваш ответ.

Ситуация 7

Проанализируйте кейс и аргументируйте ответы на вопросы.

Генеральный директор компании «Спортивный инвентарь для игры в гольф» Карсон Мартин отправился с деловым визитом в Осаку. Его цель – деловая встреча Ясио Мацумото, генеральным директором компании, занимающейся производством спортивных товаров.

Мартин пришёл на встречу с Мацумото вовремя. Мартин рассчитывал, что встреча пройдёт тет-а-тет. Однако, на встречи также присутствовали коллеги Мацумото. Мартин был несколько расстроен.

После процедуры знакомства Мацумото и Мартин обменялись визитками. Мартин сразу же положил визитку в бумажник. Мацумото некоторое время внимательно изучал визитку.

После небольшого обсуждения Мартин задал вопрос - «Вы хотите быть нашим

эсклюзивным агентом в Японии?». Мацумото, казалось, смутился и некоторое время спустя ответил – «Мы рассмотрим Ваше предложение». Мартин попытался выяснить, что означает его ответ. Мацумото ответил, что прежде, чем принять решение, ему необходимо проконсультироваться с коллегами из других подразделений компании.

После встречи Мацумото пригласил Мартина на обед. Мацумото оценил умение Мартина пользоваться хаси (японскими палочками для еды). Мартин преподнёс Мацумото 2 подарка: книгу-путеводитель по провинции Онтарио (Канада), завёрнутую в красную бумагу и красивый букет из белых лилий для его жены.

6 месяцев Мацумото и Мартин не встречались и не общались. Однако, через полгода Мартин получил письмо от Мацумото следующего содержания – «Пожалуйста, возвращайтесь в Осаку как можно быстрее. Мы хотим обсудить с Вами условия агентского соглашения».

1. Что Мартин сделал правильно?
2. Какие ошибки допустил Мартин?

Ситуация 8

Вы работаете в крупной компании, которая занимается производством электронных устройств. Вы являетесь руководителем отдела продаж и поставок. Ваша команда ответственна за поставки комплектующих из Китая. Недавно вы получили письмо от одного из китайских поставщиков, в котором он жалуется на задержки в оплате поставок. Он утверждает, что все поставки были выполнены вовремя, и просит произвести оплату в течение следующей недели. Как вы в этой ситуации себя поведете?

Ситуация 9

Вы являетесь студентом последнего курса бакалавриата в университете. В вашем кампусе вы участвуете в студенческом совете, который обеспечивает связь между студентами и управлением университета. В ближайшее время вам нужно организовать встречу студенческого совета, на которой будут обсуждаться вопросы, касающиеся улучшения образовательной программы и условий обучения в университете. Как вы проведете эту встречу и какие основные аспекты необходимо учесть в процессе проведения делового совещания?

Ситуация 10

Проблемы в межкультурной коммуникации на деловой встрече.

Вы являетесь руководителем международного отдела компании и должны провести деловую встречу с делегацией из Японии. На встрече принимают участие представители двух культур, в результате чего возникают трудности в межкультурной коммуникации.

Как можно решить эту проблему в рамках встречи и общения с делегацией из Японии?

Краткие методические указания

Требования к выполнению:

- изучить информацию по теме;
- сформулировать собственное мнение по обсуждаемым вопросам;
- подготовить аргументы в защиту своей точки зрения.

Кейсовые задания обсуждаются на практических занятиях.

Шкала оценки

№	Баллы	Описание
5	9 - 10	выставляется студенту, если в процессе анализа двух задач он логично и ясно изложил свою позицию, аргументировал свое мнение, использовал знания теории МКК по теме
4	7 - 8	выставляется студенту, если в процессе анализа одной из задач он недостаточно убедительно аргументировал свою позицию, использовал знания теории МКК по теме
3	5 - 6	выставляется студенту, если в процессе анализа двух задач он недостаточно убедительно аргументировал свою позицию
2	3 - 4	выставляется студенту, если продемонстрировал слабое умение проанализировать ситуацию, обнаружил фрагментарные знания по теме

1	0 - 2	выставляется студенту, если он не сумел выразить свою мысль, подобрать аргументы в пользу своего мнения, обнаружил неспособность проанализировать ситуацию и решить задачу, незнание теоретических основ МКК по теме
---	-------	--

5.4 Перечень тем докладов, сообщений

Темы для подготовки доклада с презентацией №1

1. Взаимопонимание и взаимное непонимание в условиях глобализации
2. Этнокультурные особенности стиля российской коммуникации
3. Этнокультурные особенности стиля китайской коммуникации
4. Этнокультурные особенности стиля корейской коммуникации
5. Этнокультурные особенности стиля японской коммуникации
6. Непрямая коммуникация в межкультурных контактах

Краткие методические указания

Требования к выполнению:

- изучить информацию по теме;
- провести системный анализ информации;
- подготовить презентацию в формате (Power Point)

Шкала оценки

№	Баллы	Описание
6	9 - 10	Выставляется студенту, если он полно и верно раскрыл тему, использовал знания теории МКК в качестве исходных точек описания, приводил аргументы высказываемым точкам зрения и примеры из жизни; если доклад и презентация полностью отвечают заявленным требованиям; если студент свободно владеет материалом и отвечает на все вопросы по своей теме
5	7 - 8	Выставляется студенту, если он полно и верно раскрыл тему, использовал знания теории МКК в качестве исходных точек описания, приводил аргументы высказываемым точкам зрения и примеры из жизни; если доклад и презентация отвечают заявленным требованиям; если студент ответил на все вопросы по своей теме; если студент владеет материалом, но читает его
4	5 - 6	Выставляется студенту, если он в общем раскрыл тему, использовал знания теории МКК в качестве исходных точек описания, приводил аргументы высказываемым точкам зрения и примеры из жизни; если доклад и презентация в основном отвечают заявленным требованиям; если студент владеет материалом в степени, достаточной для того, чтобы ответить на часть вопросов по своей теме
3	3 - 4	Выставляется студенту, если он недостаточно полно раскрыл тему, привёл 1-2 примера из жизни; если доклад и презентация недостаточно полно отвечают заявленным требованиям; если студент смог ответить хотя бы на 2-3 вопроса по своей теме
2	1 - 2	Выставляется студенту, если он недостаточно полно раскрыл тему и не смог ответить ни на один вопрос, но доклад и презентация имеются
1	0	Выставляется студенту, если он не раскрыл тему, не использовал теоретический материал, не может ответить на вопросы по теме; а также в случае обнаружения несамостоятельного выполнения проектного задания

5.5 Перечень тем докладов, сообщений

Темы для подготовки доклада с презентацией № 2

1. Правила и приёмы и законы общения. Различие понятий.
2. Закон зеркального развития общения.
3. Закон зависимости результата общения от объёма коммуникативных усилий.
4. Закон возрастающего нетерпения слушателей.
5. Закон падения интеллекта аудитории с увеличением ее размера.
6. Закон первичного отторжения новой идеи.
7. Закон ритма общения.
8. Закон речевого самовоздействия.
9. Закон отторжения публичной критики.
10. Закон доверия к простым словам.
11. Закон притяжения критики.
12. Закон коммуникативных замечаний.
13. Закон ускоренного распространения негативной информации.

14. Закон искажения информации при ее передаче.
15. Закон детального обсуждения мелочей.
16. Закон речевого поглощения эмоции.
17. Закон эмоционального подавления логики.
18. Понятие, способы и аспекты речевого воздействия.

Краткие методические указания

Требования к выполнению:

- изучить информацию по теме 5 «Законы, правила и приемы эффективной коммуникации. Приемы речевого воздействия»;
- провести системный анализ информации;
- подготовить презентацию в формате (Power Point).

Шкала оценки

№	Баллы	Описание
5	9 - 10	Выставляется студенту, если он полно и верно раскрыл тему, использовал знания теории коммуникации в качестве исходных точек описания, приводил аргументы высказываемым точкам зрения и примеры из жизни; если доклад и презентация полностью отвечают заявленным требованиям; если студент свободно владеет материалом и отвечает на все вопросы по своей теме
4	7-8	Выставляется студенту, если он полно и верно раскрыл тему, использовал знания теории коммуникации в качестве исходных точек описания, приводил аргументы высказываемым точкам зрения и примеры из жизни; если доклад и презентация отвечают заявленным требованиям; если студент ответил на все вопросы по своей теме; если студент владеет материалом, но читает его
3	5-6	Выставляется студенту, если он недостаточно полно раскрыл тему и не смог ответить ни на один вопрос, но доклад и презентация имеются
2	3-4	Выставляется студенту, если он не раскрыл тему, не использовал теоретический материал, не может ответить на вопросы по теме
1	0-2	Выставляется студенту в случае обнаружения несамостоятельного выполнения проектного задания

5.6 Темы групповых и/или индивидуальных проектов

Групповой проект «Составление деловых писем»

Студенты разделяются на группы по 3-4 человека для создания модели какой-либо компании в соответствии с профилем будущей специальности с распределением ролей (руководитель, начальник отдела, офис-менеджер и т.д.). Цель – отработка навыков ведения всех видов деловой переписки, которая обычно осуществляется компаниями. Студент, назначенный «руководителем» компании, распределяет между другими студентами виды документов и писем, которые они должны подготовить. В целом студенты одной «компании» должны подготовить все виды документов и писем. В обязательные жанры включаются: внутренняя документация (приказ, распоряжение, протокол, заявка, докладная записка, объяснительная записка, отчет, справка, заявление, ходатайство, должностная инструкция) и внешняя переписка (рекомендательное письмо, приглашение, извещение, запрос, просьба, напоминание, сопроводительное письмо, гарантийное письмо, благодарственное письмо, письмо-коммерческое предложение, письмо – отказ на коммерческое предложение, претензия и т.д.) Внешняя переписка должна осуществляться между группами (моделями компаний). Виды внутренней и внешней документации – по выбору студента.

По итогам выполнения задания каждый студент должен создать 5 документов в различных жанрах официально-делового стиля (2 внутренних документа и 3 письма).

Краткие методические указания

Требования к выполнению:

- Необходимо изучить презентацию по теме «Современные коммуникативные технологии в профессиональной сфере. Особенности письменного делового общения». Все документы одной компании размещаются в одном общем файле. Каждый студент

подписывает свою фамилию под своими документами.

Шкала оценки

Оценка	Баллы	Описание
5	9-10	выставляется студенту, если студент полностью выполнил задание, пакет документов составлен в соответствии с требованиями, в том числе, орфографическими
	8	выставляется студенту, если студент полностью выполнил задание, пакет документов имеет не более 3 ошибок в оформлении, в том числе, речевых и орфографических
4	7	выставляется студенту, если студент полностью выполнил задание, пакет документов имеет не более 6 ошибок в оформлении, в том числе, речевых и орфографических
	6	выставляется студенту, если студент полностью выполнил задание, пакет документов имеет не более 8 ошибок в оформлении, в том числе, речевых и орфографических
3	5	выставляется студенту, если студент выполнил задание не более, чем на 70 %, пакет документов составлен с нарушениями требований
	4	выставляется студенту, если студент выполнил задание не более, чем на 50 %, пакет документов составлен с нарушениями требований
2	3	выставляется студенту, если пакет документов составлен со значительными нарушениями требований, или часть документов является скопированным текстом другого исполнителя (например, из сети Интернет)
	2	представленный пакет документов является скопированным текстом другого исполнителя (например, из сети Интернет)
0-1	0-1	выставляется студенту, если студент не составил пакет документов

5.7 деловая игра

Примерные задания для ролевой игры

Вариант 1

Ролевая игра «Деловое совещание»

Студенты разделяются на микрогруппы для моделирования определенной ситуации делового общения, распределяют роли.

Деловое совещание. Цель – отработка коммуникативных навыков в конфликтной ситуации, навыки монологической и диалогической речи.

Моделируется какая-либо кризисная (конфликтная) ситуации в компании (например, необходимо провести сокращение персонала, или компания была подвергнута критике в СМИ; или необходимо поработать в выходной день и т.д.). Участники: руководитель, заместитель, начальники отделов (не более 4-5 человек). Сначала выступает руководитель, описывает ситуацию или проблему, предлагает решение, потом все обсуждают ситуацию и высказывают свое мнение по ее решению, в итоге руководитель принимает решение на основе высказанных мнений. Потом вся группа обсуждает проведенное совещание. Критерии оценки действий команды: насколько убедительны и аргументированы выступления; насколько этичны высказывания; учитывались ли при принятии решения высказанные мнения и т.д.

Вариант 2

Ролевая игра «Переговоры»

Студенты разделяются на микрогруппы для моделирования определенной ситуации делового общения, распределяют роли.

Переговоры между двумя компаниями. Цель - отработка речевых тактик и стратегий успешного ведения переговоров. Определяется направление деятельности двух компаний, выбирается предмет переговоров (заключение договора, где каждая из сторон должна отстоять свои интересы; претензии одной компании к другой и т.д.), определяются позиции и интересы сторон (до переговоров).

Количество участников – по 3 человека с каждой стороны. По окончании игры группа анализирует выступления сторон.

Вариант 3

Ролевая игра «Кризис на предприятии»

Цель игры: привести компанию к успешному разрешению конфликта, снижению напряжения в коллективе, улучшению качества работы и повышению уровня

удовлетворенности сотрудников.

Игровой процесс.

1. Игрокам даются роли: генеральный директор, руководитель отдела, главный бухгалтер, сотрудники отдела и производственные рабочие.

2. Игроки получают задания, связанные с разрешением конфликта, такие как:

- составить план действий по улучшению работы компании;
- провести встречу с персоналом для выявления проблем и предложения их решения;
- привлечь консультанта по управлению конфликтами;
- провести обучение сотрудников по коммуникационным навыкам и управлению конфликтами.

3. В процессе прохождения игры возникают ситуации, связанные с конфликтами в коллективе, например: недовольство сотрудников низкой зарплатой, отсутствие возможности карьерного роста, проблемы взаимодействия между отделами и т.д.

4. Игроки должны принимать решения, направленные на улучшение ситуации и разрешение конфликтов.

5. Игра заканчивается, когда игроки достигают поставленной цели: компания возвращает стабильность в работе, коллектив удовлетворен своей работой, качество продукции улучшается.

По ходу игры можно собирать отзывы участников о том, что им понравилось, что можно улучшить и какие знания они получили в процессе игры. Игра также может быть использована для корпоративного обучения и тренинга команды.

Краткие методические указания

Перед началом выполнения задания преподаватель знакомит студентов с критериями оценки данного задания, студенты анонимно оценивают друг друга после выполнения задания, преподаватель подсчитывает баллы каждого студента и оглашает окончательный результат.

Шкала оценки

Оценка	Баллы	Описание
5	9 - 10	выставляется студенту, если студент в составе своей микрогруппы справился с заданием, использовал принципы, правила и законы общения, тактики речевого воздействия на оппонента
4	7 - 8	выставляется студенту, если студент в составе своей микрогруппы справился с заданием, использовал принципы, правила и законы общения, тактики речевого воздействия на оппонента, но допустил речевые погрешности в своих репликах
3	5 - 6	выставляется студенту, если студент в составе своей микрогруппы не до конца справился с заданием, слабо использовал принципы, правила и законы общения, тактики речевого воздействия на оппонента, допустил речевые погрешности в своих репликах
2	3 - 4	выставляется студенту, если студент не до конца выполнил задание, не использовал принципы, правила и законы общения, тактики речевого воздействия на оппонента, допустил грубые речевые ошибки.
1	0 - 2	выставляется студенту, если он не выполнил задание

5.8 Темы групповых и/или индивидуальных творческих заданий

Вариант 1

Приведите примеры нарушений принципов бесконфликтного общения из своей коммуникативной практики и покажите приёмы, которыми можно было избежать конфликта в этих ситуациях.

Вариант 2

Проанализируйте диалог – спор или конфликт (0,5 страницы) из любого художественного произведения. Назовите правила бесконфликтного общения, соблюденные участниками диалога или нарушенные ими.

Краткие методические указания

Требования к выполнению:

- изучить информацию по теме 6 «Принципы бесконфликтного общения»;
- провести системный анализ информации;

- подготовить презентацию в формате (Power Point) или раздаточный материал, в котором будет представлен фрагмент из художественного текста.

Шкала оценки

Оценка	Баллы	Описание
5	9-10	выставляется студенту, если студент полностью выполнил задание, привёл примеры из своей коммуникативной практики и проанализировал диалог из художественного текста
4	8	выставляется студенту, если студент полностью выполнил задание, привёл примеры из своей коммуникативной практики и проанализировал диалог из художественного текста, но его ответ содержит не более 3 речевых ошибок
3	7	выставляется студенту, если студент полностью выполнил задание, привёл примеры из своей коммуникативной практики и проанализировал диалог из художественного текста, но его ответ содержит не более 5 речевых ошибок
	6	выставляется студенту, если студент полностью выполнил задание, привёл примеры из своей коммуникативной практики и проанализировал диалог из художественного текста, но его ответ содержит не более 7 речевых ошибок
2	5	выставляется студенту, если он выполнил только первую или вторую часть задания полностью
	4	выставляется студенту, если студент выполнил только одно задания, при том допустил речевые ошибки при представлении задания аудитории
1	2-3	выставляется студенту, если задания выполнены со значительными нарушениями требований, или скопированы текстом из сети Интернет
	0-1	выставляется студенту, если студент не выполнил задание

5.9 Тематика эссе

1. «Умение общаться с людьми – это товар. И я заплачу за него больше, чем за что-либо другое на свете» (Джон Д. Рокфеллер).

Краткие методические указания

Требования к выполнению:

- изучить информацию по теме;
- провести системный анализ информации;
- написать эссе на основе своих собственных мыслей, собственного жизненного опыта; в качестве аргументов желательно использовать теоретический материал, изученный в курсе лекций.

Шкала оценки

Критерии оценки

№	Баллы	Описание
5	10	Выставляется студенту, если он полно и верно раскрыл тему, использовал знания теории коммуникации и межкультурной коммуникации в качестве исходных точек описания, ясно выразил и аргументировал свою позицию, проиллюстрировал свои тезисы общеизвестными фактами и примерами из своего жизненного опыта
4	7	Выставляется студенту, если он в общем и целом раскрыл тему, опирался на отдельные положения теории коммуникации и межкультурной коммуникации, ясно выразил, но недостаточно аргументировал свою позицию, проиллюстрировал свои тезисы общеизвестными фактами
3	5	Выставляется студенту, если он в общем и целом раскрыл тему, опирался на отдельные положения теории коммуникации и межкультурной коммуникации, недостаточно ясно выразил, и/или не аргументировал свою позицию, положения эссе не подкреплены примерами
2	2-3	Выставляется студенту, если он допустил в своих размышлениях грубые неточности или фактические ошибки, но в целом его произведение отвечает заявленной теме
1	0	Выставляется студенту в случае обнаружения самостоятельного выполнения проектного задания

5.10 Разбор ситуации

Примерные вопросы

1. Когда теория межкультурной коммуникации выделилась в отдельную дисциплину?
2. Что такое культура? Кратко охарактеризуйте данное понятие.
3. Что такое аккультурация? Какие стратегии и результаты аккультурации выделяют исследователи этого явления? Как происходит формирование новой культуры?
4. Опишите классификации культур, предложенные Г. Хофстеде, Э. Холлом и

Р. Льюисом. При анализе каких ситуаций их можно эффективно применять?

5. Опишите модели коммуникации, предложенные Г. Лассвеллом, К. Шенноном и У. Уивером, Р. Якобсоном, Д. Хаймсом. Для каких типов коммуникации наиболее пригодна каждая модель? Можно ли все эти модели назвать универсальными? Аргументируйте свой ответ.

6. Что необходимо учитывать при межкультурном общении необходимо?

7. Как себя вести, если возникает необходимость коммуникации с представителем культуры, о которой не имеешь соответствующей информации?

8. Каковы основные способы установления контакта? Приведите примеры.

9. Каковы пути формирования стереотипов? Дайте краткую характеристику.

10. Какие этапы или периоды традиционно выделяют в развитии конфликта?

11. Каковы характеристики деловой коммуникации?

12. Каковы основные фазы деловой беседы?

13. Какова схема деловых переговоров?

14. Каковы общие требования к написанию деловых писем?

15. Какие ошибки в деловых письмах лучше избегать?

16. Как определить эффективность процесса коммуникации?

17. Коммуникация и общение. Как соотносятся эти понятия?

18. Что такое коммуникативные барьеры и как их преодолеть?

19. Какова специфика современной деловой коммуникации (на примере вашей будущей профессии)?

20. Каких правил в деловой коммуникации следует придерживаться, если вы звоните собеседнику?

Краткие методические указания

- изучить информацию по учебному курсу,
- ответить на вопросы устно.

Шкала оценки

Критерии оценки

№	Баллы	Описание
5	5	Выставляется студенту, если он полно и верно раскрыл тему, использовал знания теории коммуникации и межкультурной коммуникации в качестве исходных точек описания,
4	4	Выставляется студенту, если он в общем и целом раскрыл тему, опирался на отдельные положения теории коммуникации и межкультурной коммуникации, ясно выразил, но недостаточно аргументировал свою позицию, проиллюстрировал свои тезисы общеизвестными фактами
3	3	Выставляется студенту, если он в общем и целом раскрыл тему, опирался на отдельные положения теории коммуникации и межкультурной коммуникации, недостаточно ясно выразил, и/или не аргументировал свою позицию, положения не подкреплены примерами
2	2	Выставляется студенту, если он допустил в своих размышлениях грубые неточности или фактические ошибки
1	0-1	Выставляется студенту в случае обнаружения самостоятельного выполнения задания

5.11 Пример разноуровневых задач и заданий

Примерные задания

1. Составьте развернутый план ответа по теме «Социокультурный комментарий как способ преодоления конфликтов культур».

2. Составьте развернутый план ответа по теме «Символика одних и тех же цветов в разных культурах».

3. Составьте развернутый план ответа по теме «Способы реализации функции воздействия в сфере информативно-регуляторской лексики».

4. Составьте развернутый план ответа по теме «Политическая корректность, или языковой такт».

5. Составьте развернутый план ответа по теме «Роль культурных различий в

переговорах с зарубежными партнерами».

6. Составьте развернутый план ответа по теме «Стадии международных переговоров».

7. Составьте развернутый план ответа по теме «Вербальные помехи в коммуникации».

8. Составьте развернутый план ответа по теме «Невербальные компоненты коммуникаций».

9. Составьте развернутый план ответа по теме «Критерии успешности межкультурного общения и пути его оптимизации».

Краткие методические указания

- изучить информацию по учебному курсу,
- составить развернутый план по указанной теме

Шкала оценки

Критерии оценки

№	Баллы	Описание
5	5	Выставляется студенту, если он полно и верно раскрыл тему, использовал знания теории коммуникации и межкультурной коммуникации в качестве исходных точек описания
4	4	Выставляется студенту, если он в общем и целом раскрыл тему, опирался на отдельные положения теории коммуникации и межкультурной коммуникации, ясно выразил, но недостаточно осветил заявленную
3	3	Выставляется студенту, если он в общем и целом раскрыл тему, опирался на отдельные положения теории коммуникации и межкультурной коммуникации, недостаточно ясно отразил факты в плане
2	2	Выставляется студенту, если он допустил в своих размышлениях грубые неточности или фактические ошибки
1	0-1	Выставляется студенту в случае обнаружения самостоятельного составления плана, либо его отсутствия

Ключи к оценочным средствам

5.1 Ответы на тестовые задания

Тест № 1

1. А)
2. 1 Б), 2 В), 3 А)
3. А)
4. Б)
5. Б)
6. Г)
7. А)
8. В)
9. Б)
10. А), Б), В), Г).
11. А)
12. А), В)
13. Г)
14. А)
15. А)

5.2 Ответы на тестовые задания

Тест № 2

1. Б)
2. В)
3. Г)
4. Г)
5. Б)
6. В)
7. Г)
8. А)
9. В)
10. стереотипным
11. 1 В), 2 Б), 3 А).
12. Б)
13. Б)
14. Г)
15. Б)

5.3 Ответы на задания для решения кейс-задачи

Ситуация 1

Деловая встреча между представителями китайской и немецкой компаниями.

Участники:

Мистер Шмидт - немецкий предприниматель

Мистер Ли - китайский предприниматель

Мисс Мюллер - немецкий переводчик

Мистер Чжан - китайский переводчик

Обстановка:

Деловая встреча проходит в конференц-зале в нейтральном месте. Участники сидят напротив друг друга за большим столом. Целью встречи является установление партнерства между китайскими и немецкими компаниями для совместного предприятия.

1. Вступление и приветствие

Встреча начинается с того, что мистер Шмидт и мистер Ли обмениваются визитными карточками и крепким рукопожатием.

Мистер Шмидт открывает разговор, выражая свою благодарность за возможность встречи и обсуждения потенциального сотрудничества.

Мистер Ли отвечает на то же самое и подчеркивает важность создания крепких личных отношений.

2. Представление подарков

В знак доброй воли и чтобы почтить свои культурные традиции, мистер Ли вручает подарок мистеру Шмидту. Это красиво изготовленный чайный набор.

Мистер Шмидт ошарашен подарком, так как он не привык получать подарки на начальных деловых встречах.

Мисс Мюллер, немецкий переводчик, замечает неудобство мистера Шмидта и передает его опасения мистеру Чжану, китайскому переводчику.

Риски сбоев в коммуникации:

1. Культурные недоразумения: обмен подарками может привести к недоразумениям из-за культурных различий и различных восприятий практики дарения подарков.

2. Воспринимаемая взятническая деятельность: немецкие бизнесмены могут истолковать подарок как попытку взятничества, так как они придерживаются строгих этических правил в бизнесе.

Ошибки в поведении:

1. Недостаток культурной осведомленности: мистер Ли представил подарок, не учитывая культурные различия и возможные недоразумения.

2. Неправильная интерпретация: мистер Шмидт сразу же предположил, что подарок является взяткой, не обратившись за разъяснениями.

Стратегии для участников:

1. Мистер Ли:

- предоставьте контекст: объясните значение дарения подарков в китайской культуре, подчеркните, что это жест доброй воли и возможность создать личные отношения;

- уважайте границы: признайте, что принятие подарка может быть необычным для немецкой стороны и заверьте их, что подарок не сопряжен с какими-либо условиями;

- гибкость: будьте готовы адаптироваться к немецкой деловой культуре и обычаям во время переговорного процесса.

2. Мистер Шмидт:

- запросите уточнение: вместо того чтобы предполагать худшее, спросите о намерениях, стоящих за подарком, чтобы понять культурный контекст;

- выразите благодарность: если вам неприятно принимать подарок, выразите признательность за жест и объясните немецкую позицию по поводу подарков на начальных встречах;

- сосредоточьтесь на установлении контакта: подчеркните важность открытого общения и общих целей для создания основы для доверия.

3. Переводчики:

- облегчайте понимание: предоставьте культурные истории, чтобы преодолеть разрыв между двумя сторонами и уточнить любые недоразумения;

- предложите руководство: помогите участникам избегать потенциальных культурных ловушек и обеспечьте эффективное общение, передавая намерения точно;

- обратившись к культурным различиям и открыто обсудив свои взгляды, участники могут минимизировать сбои в коммуникации и создать прочную основу для успешного сотрудничества.

Ситуация 2

Статья Натальи Токарь о важности навыков коммуникации и мягких навыков в бизнесе. По мнению Натальи Токарь, эффективные навыки коммуникации и мягкие навыки являются важными в деловом мире. Эти навыки не только облегчают лучшую командную работу и сотрудничество, но и улучшают отношения с клиентами и общий успех. В связи с этим предприятиям важно приоритетно развивать навыки коммуникации среди своих сотрудников.

Основная цель – развитие навыков коммуникации у сотрудников внутри вымышленной компании для улучшения внутреннего взаимодействия, взаимодействия с клиентами и общей деловой производительности.

План для достижения цели:

1. Оценка текущих навыков коммуникации

- Проведите всестороннюю оценку навыков коммуникации сотрудников, включая письменную и устную коммуникацию, активное слушание, эмпатию и невербальные сигналы.

- Используйте опросы, обратную связь от менеджеров и коллег, а также оценки работы для выявления областей, требующих улучшения.

2. Предоставление тренингов и семинаров

- Предложите программы тренировки навыков коммуникации и семинары для сотрудников.

- Уделите внимание различным аспектам, таким как эффективная письменная и устная коммуникация, активное слушание, разрешение конфликтов, уверенность в себе и эмпатия.

- Включите интерактивные упражнения, ролевые игры и анализ случаев, чтобы улучшить практическое применение.

3. Поощрение обратной связи и взаимного наставничества

- Создайте культуру конструктивной обратной связи внутри компании.

- Поощряйте сотрудников давать обратную связь своим коллегам по поводу их навыков коммуникации.

- Внедрите программу взаимного наставничества, где опытные сотрудники смогут руководить и поддерживать своих коллег в развитии эффективных коммуникационных методик.

4. Содействие межотделочному сотрудничеству

- Организуйте межфункциональные проекты или команды, чтобы побудить сотрудников из разных отделов работать вместе.

- Это способствует коммуникации и сотрудничеству в различных областях экспертизы, улучшая способность сотрудников эффективно общаться с коллегами из разных сфер деятельности.

5. Предоставление ресурсов и инструментов

- Предложите сотрудникам ресурсы, такие как книги, статьи и онлайн-курсы, чтобы они могли развивать свои навыки коммуникации в своем темпе.

- Используйте технологические инструменты, такие как платформы коммуникации, программное обеспечение для управления проектами и средства совместной работы, чтобы облегчить эффективную коммуникацию и обмен информацией.

Реализуя этот план, компания может сформировать культуру эффективного общения, что приведет к улучшению сотрудничества, укреплению отношений с клиентами и общему успеху бизнеса

Ситуация 3

Продажа товара между представителями Европейских и Арабских стран

Участники:

Мистер Шмидт - Европейский представитель (продавец)

Мистер Ахмед - Арабский представитель (покупатель)

Контекст:

В европейских странах цены на товары обычно стабильны, и торговля не является обычной практикой. Однако в арабских странах торговля является неотъемлемой частью процесса покупки и формой коммуникации.

План действий и оценка

Мистер Шмидт (продавец):

Исследование культурных норм: перед началом переговоров мистер Шмидт должен ознакомиться с арабскими культурными нормами, включая важность торговли и торговли взаимными уступками.

Пристройка стратегии ценообразования: понять, что начальная цена может быть выше конечной желаемой цены, учитывая арабское ожидание торговли.

Коммуникация ценности: подчеркните уникальные особенности и преимущества товара, чтобы обосновать начальную цену и убедить мистера Ахмеда в его ценности.

Проявление гибкости: быть открытым для переговоров по цене и другим условиям, чтобы удовлетворить ожидания мистера Ахмеда и создать взаимовыгодное соглашение.

Ситуация 4

1. Определите причину невнимательности партнера.

Первым шагом является выявление причины, по которой ваш партнер не отвечает на ваши сообщения. Может быть, он просто занят, или возникли какие-то проблемы. Если вы не можете найти причину, вам следует обратиться к другим людям в вашей компании, которые могут работать с этим партнером, чтобы увидеть, есть ли такая же проблема у них.

2. Напишите письмо с просьбой об ответе.

Если вы не получили ответ на сообщения, отправленные ему, напишите письмо с просьбой об ответе. В вашем письме укажите, какие сообщения он не ответил, и попросите его связаться с вами, чтобы обсудить проблему. Ваше письмо должно быть коротким и содержать только самую необходимую информацию.

3. Позвоните партнеру.

Если вы не получили ответ от партнера на письмо, попробуйте позвонить ему. Если он не отвечает, оставьте голосовое сообщение, в котором вы попросите его связаться с вами. Если он все еще не отвечает, отправьте ему еще одно письмо, в котором укажите, что вы теперь обеспокоены, потому что он не отвечает на ваши сообщения, и попросите его сообщить вам, что происходит, как можно скорее.

4. Согласуйте новую встречу.

Если партнер все еще не отвечает на ваши сообщения, то, вероятно, лучше всего организовать новую встречу. Убедитесь, что у вас есть вся необходимая информация для этого, и определите, какие даты и время подходят. Напишите партнеру, предложив новую встречу, и попросите его ответить на ваше сообщение как можно скорее.

5. Обсудите проблему с руководством.

Если никаких реальных проблем не удастся выявить, вам следует обратиться к руководству, чтобы обсудить ситуацию. Руководство может предложить вам дополнительные ресурсы или предложить другие способы решить проблему.

Ситуация 5

1. Для разрешения конфликта на рабочем месте Виктор и Мария могли бы воспользоваться следующими методами:

- обсуждение проблемы вне рабочего места, чтобы избежать эмоциональных всплесков и сосредоточиться на решении проблемы;
 - попытка понять точку зрения другого человека, выслушать его аргументы и доводы;
 - поиск компромисса, который устроит обе стороны.
2. Последствия конфликта могут быть негативными для компании:
- снижение производительности работы из-за напряженной атмосферы на рабочем месте.
 - увольнение одного из сотрудников, что приведет к необходимости замены его и дополнительным расходам на найм нового сотрудника.
 - ухудшение отношений в коллективе и возможное распространение конфликта на других сотрудников.
3. Для разрешения конфликта Виктор и Мария могут использовать следующие методы:
- метод переговоров, когда обе стороны выступают с аргументами и пытаются достичь компромисса;
 - метод посредничества, когда третья сторона помогает найти решение проблемы;
 - метод примирения, когда обе стороны признают свою вину и готовы к дальнейшему сотрудничеству.

Ситуация 6

1. Т. Коллинз – англичанин.
2. К. Аль-Джабри – араб.
3. А) Неуважение к культуре страны: Коллинз ответил отрицательно на вопрос «Как Вам виды г. К?» (мотивируя это тем, что был крайне занят бумагами эти 2 дня).
- Б) несоблюдение этикета принимающей страны: Коллинз отклонил предложение кофе Аль-Джабри, (прежде чем перейти к делам).
- В) незнание негласных правил арабского гостеприимства: предложение подарить понравившуюся гостю картину сильно смутило Коллинза.
- Г) незнание особенностей речевой коммуникации в арабском мире: когда арабы говорят «Как бог даст!» – это может означать как «Да» так и «Нет»: Аль-Джабри ответил «Как бог даст» (араб. ش الله اناء). Коллинз подумал, что это означает – ДА.
- Д) нежелание Коллинза найти общее коммуникативное пространство для того, чтобы в дальнейшем перейти к деловым вопросам: его собеседника больше интересовали английские футбольные команды, о которых он всё время пытался поговорить вместо того, чтобы заняться обсуждением конкретных деловых вопросов.
- Е) профессиональная неподготовленность отвечать на конкретно поставленные вопросы: на встрече присутствовали сотрудники компании. Они задавали ему вопросы, касающиеся технических характеристик продукции, на многие из которых Коллинз не смог ответить.

Ситуация 7

1. Правильные действия Мартина: пунктуальность (пришёл на встречу вовремя), умение пользоваться хаши, подарок Мацумото был выбран верно).
2. Неправильные действия Мартина: негативный эмоциональный настрой на присутствие коллег Мацумото, ошибки в невербальной коммуникации (невнимание к визитке), неправильно заданный вопрос «Вы хотите быть нашим эксклюзивным агентом в

Японии?» (японцы избегают прямых вопросов и прямых ответов), подарок жене Мацумото был выбран неверно (белый цвет – цвет скорби в Японии).

Ситуация 8

1. Проверьте, выполнила ли ваша команда свои обязательства по соглашению с китайским поставщиком. Если нет, определите причины задержек и примите меры, чтобы исправить ситуацию. Если все обязательства были выполнены, перейдите к следующему шагу.

2. Напишите ответ на письмо китайского поставщика. В ответе объясните, что недостаток финансирования на вашей стороне привел к задержкам в оплате. Вы также можете уточнить, действительно ли все поставки были выполнены вовремя, и попросить дополнительную информацию, если это необходимо.

3. Предложите решение проблемы задержки оплаты. Может быть, вы сможете договориться о плане рассрочки или предложить компенсацию за задержки.

4. Сохраняйте прозрачность и открытость в коммуникации. Объясните, что ваша компания ценит своих поставщиков и делает все возможное, чтобы решить эту проблему.

Ключевыми элементами успешной коммуникации в этом кейсе являются четкость, открытость, вежливость и эффективность. Вам необходимо проявить понимание и готовность к сотрудничеству в достижении взаимовыгодных условий для вашей компании и ее китайских поставщиков.

Ситуация 9

1. Определите цель заседания. Завершите список точек, которые вы хотите обсудить и определите, что вы хотите достичь по каждому из них. Вы должны приготовить повестку дня, которая будет обеспечивать эффективное обсуждение вопросов на заседании.

2. Создайте расписание для заседания. Позвольте достаточное количество времени на каждый вопрос. Игнорируйте небольшие повторяющиеся проблемы, пока не достигнете более важных вопросов.

3. Подготовьтесь заранее. После определения повестки дня для заседания, подготовьте необходимые документы, распечатки, и презентации. Вы можете использовать мультимедийные презентации, графики, диаграммы и другие интерактивные средства для демонстрации планов и идей.

4. Проведите заседание согласно регламента. На заседании будьте внимательными к мнениям каждого участника. Слушайте их мнения, давайте возможность высказаться каждому и старайтесь поддерживать неформальную обстановку.

5. Сделайте выводы в конце заседания. Обобщайте ключевые мысли и обсуждения заседания. Сделайте принятые решения и договоренности для усложнения процессов.

Ситуация 10

1. Познакомьтесь с культурой делегации Японии. Изучите особенности японской культуры, обычаи и традиции для лучшего понимания их менталитета и реакции на различные ситуации.

2. Создайте дружественную атмосферу на встрече. Будьте вежливы и приветливы, используйте формы приветствия на японском языке и покажите уважение к их культуре. Вы можете предложить простые угощения, такие как чай или конфеты, для создания теплой атмосферы.

3. Обратите внимание на свой язык тела и жесты. Многие жесты, которые привычны для западной культуры, могут ввести в заблуждение делегацию из Японии. Используйте ясные и простые выражения, избегайте слишком выразительных жестов.

4. Акцентируйте внимание на ключевых точках. Японские деловые партнеры по своей культуре могут быть сильными поклонниками деталей. Проявите терпение и четко объясните ключевые моменты, используя наглядные примеры.

5. Не бойтесь задавать вопросы. Если у вас есть какие-то сомнения или неясности по поводу их культуры, не стесняйтесь спросить у делегации из Японии. Они будут рады помочь вам получить лучшее понимание их культуры и традиций.

В целом, чтобы успешно общаться с деловыми партнерами из других культур, важно иметь сознательное отношение, понимать особенности и различия в культурах, и желание учиться друг от друга. Советы, которые мы дали выше, помогут вам достичь этого.

5.4 Перечень тем докладов, сообщений

Примерные ответы (доклады) №1

1. Взаимопонимание и взаимное непонимание в условиях глобализации

Национальное коммуникативное поведение представителей различных культур. Деловое общение имеет национально-культурную специфику, поэтому должно осуществляться с учетом особенностей культуры речевого и реального поведения представителей разных народов. Для достижения определенного успеха человеку необходимо иметь хотя бы общие представления о менталитете зарубежного делового партнера. Кроме того, для эффективного взаимодействия необходимо знать и уметь использовать в качестве преимущества собственные национально-культурные традиции в сфере делового общения.

Различия в невербальном поведении. В практике международного общения существует требование осторожно пользоваться невербальными жестами, т.к. они могут интерпретироваться неадекватно нашему истолкованию. Это может привести не только к неправильному пониманию поступающей информации, но и к нарушениям.

Дистанцирование. Допустимое личное пространство общения для американца 60 см. Когда американец общается с латиноамериканцем или японцем, который стремится максимально приблизиться к собеседнику, то американец считает такого партнера излишне настойчивым, что ему, американцу, как правило, не по душе. Латиноамериканец в этой ситуации сочтет американца высокомерным и надменным человеком, и оба при этом ошибутся в своем мнении, т.к. при разговоре нарушена привычная дистанция, что и вызвало взаимное недовольство.

Восприятие пространства. Американцы привыкли работать либо в больших помещениях, либо только при открытых дверях, поскольку считают, что «американец на службе должен быть в распоряжении окружающих». Открытый кабинет – это своего рода сигнал, означающий, что его хозяин на месте и, главное, что ему нечего скрывать. Многие небоскребы в Нью-Йорке целиком построены из стекла и просматриваются насквозь. Здесь все – от директора фирмы до посыльного – постоянно на виду. Это создает у служащих вполне определенный стереотип поведения, вызывая ощущение, что они «сообща делают одно общее дело».

Громкость голоса. В Англии американцев нередко считают говорящими громко, отмечают интонационную агрессию, в то время как англичане регулируют звук своего голоса, чтобы говорить как можно тише. В Америке такое «шептание» настораживает.

Приветствие. Если у европейцев нормальным является приветствие за руку, то индусам, например, более приятно, когда вы их приветствуете жестом: две ладони соединены вместе, пальцы повернуты в сторону подбородка, голова слегка наклонена.

Рукопожатие не принято и в Японии. Важнейшим элементом правил хорошего тона там являются поклоны. Причем пятнадцати поклонов, например, достаточно лишь для тривиального приветствия. Чтобы произвести хорошее впечатление, нужно кланяться

сорок пять раз, особое почтение выражают семьюдесятью поклонами, а самую уважаемую личность приветствуют, поклонившись девятью (!) раз подряд.

Общение через переводчика. Нельзя сопровождать свою речь поговорками, идиоматическими оборотами, цитированием стихов. Перевод их на другой язык требует длительной работы и невозможен в ходе динамичной беседы. Неверный перевод способен испортить атмосферу переговоров, поскольку наши пословицы и поговорки на другом языке могут приобрести двусмысленное значение, а иногда и оскорбительный смысл. Необходимо учитывать реакцию партнеров и немедленно принимать меры, если возникает ощущение, что они понимают вас неправильно.

2. Этнокультурные особенности стиля российской коммуникации

Одной из самых ярких особенностей общительность. Русский человек очень любит общаться, получает от этого удовольствие. Мы легко вступаем в общение, легко знакомимся, можем заговорить с незнакомым человеком, например, в транспорте, в очереди, на улице, с попутчиком. В компании, группе не принято молчать, у нас даже существует понятие «неловкое молчание».

О нашей общительности говорит и тот факт, что в русском языке существует само слово «общение», которое шире, чем слово «коммуникация», существующее в языке многих народов и перевести это слово на другие языки точно не удастся.

Искренность в общении – еще одна отличительная черта. Мы не скрываем своего настроения в разговоре, лицо русского человека отражает все его переживания («у него все на лице написано»). Мы открыто радуемся и печалимся, что не принято у других народов. Мы можем вступить в откровенный разговор с незнакомым человеком, например, с попутчиком в поезде.

Мы любим детализировать информацию, рассказывать мельчайшие подробности, ждем этих подробностей от других и можем обидеться, если не получаем ответа.

Эмоциональность в общении – следующая отличительная черта русского человека. Мы не скрываем эмоций в разговоре, неэмоционального человека порой считаем неприятным, говорим «у него маска на лице». Говорить эмоционально мы можем долго. Иностранцев это удивляет. Один англичанин говорил: «Я видел, как двое русских мужчин полчаса кричали друг на друга».

Приоритетность разговора по душам – следующая отличительная черта нашего общения. Фразы «излить душу», «говорить по душам» являются идиомами и тоже не переводятся дословно на другие языки. Разговор по душам – это долгий разговор в неформальной обстановке. Он происходит за едой, выпивкой. Это разговор с взаимными жалобами на трудности жизни и выражением сочувствия друг другу, с уверениями в дружбе и взаимопонимании, с обсуждением интимных вопросов. Если человек не хочет говорить по душам, это оценивается негативно.

Приоритетность неофициального общения тоже одна из современных черт русского человека. Считаем его более эффективным, чем официальное.

Русский человек не любит светское общение. Считаем светский разговор неискренним, почти не умеем его вести, стараемся скорее завершить его и перейти к беседе по душам.

Следующей особенностью русского общения является стремление к коммуникативному равенству, к простоте общения. Мы любим говорить без церемоний, запросто (даже с незнакомыми людьми), быстро переходим на «ты», близко подходим к собеседнику, можем дотронуться до него.

Русского человека отличает стремление к постоянству круга общения. Мы любим старых друзей и знакомых, считаем, что «старый друг лучше новых двух». В разговоре мы стараемся узнать что-либо об общих знакомых. В деловом общении русский человек любит постоянные деловые связи, старых партнеров новые же отношения устанавливаются с трудом, воспринимаются настороженно.

Русскому человеку свойственно любопытство, стремление к широкой информированности. Мы задаем много вопросов, в том числе иностранцам, любим обсуждать третьих лиц. Русский человек хорошо информирован о положении в мире, много знает о коллегах, соседях, при этом гордится своей информированностью. Тематическое разнообразие общения тоже особенность русского человека. Очень широк круг тем: политика, экономика, педагогика, медицина, спорт, искусство и т.п. По каждой проблеме есть собственное мнение, часто задаем собеседнику глубоко личные вопросы: о зарплате, возрасте, семейном положении, за кого голосовал или собирается голосовать и т.п.).

Наше общение отличается ситуативно-тематической свободой, т.е. нет жесткой закреплённости тем разговоров за ситуацией, как у большинства европейских народов. И дома, и на работе мы можем разговаривать практически обо всем. Так, дома мы можем говорить о работе, а на работе – о домашних проблемах, можем домой звонить своим коллегам по служебным делам и на работу – по личным, можем дать свой служебный телефон для звонков по личным вопросам (например, покупка или продажа квартиры и т.п.). Можем дома говорить о политике (американцам это не свойственно).

Русское общение отличается также свободой подключения к общению. Мы можем вмешаться в чужой разговор, высказать свою точку зрения, если этого не просят, можем подключиться к разговору попутчиков, можем перебить разговаривающих, чтобы задать им или одному из них вопрос.

Следующая особенность – доминантность. Мы любим поговорить, в разговоре нередко блеснуть, завладеть вниманием, рассказать что-либо, известное только нам (у многих народов – наоборот), много и охотно рассказываем о себе, о своем личном опыте, о своих взглядах и т.п.

В отличие от других народов русское общение регулятивно. Мы нередко стремимся регулировать поведение других людей, изменять его в нужном нам направлении, можем практически любому, в том числе и незнакомому, сделать замечание, дать указание, совет.

Оценочность – следующая особенность общения русского человека, т.е. часто высказываем оценку как собеседника, так и третьих лиц, любим высказывать свои оценки по поводу разных событий, явлений, предметов. При этом оценку мы часто высказываем открыто, без смягчения, категорично.

Русское общение отличается от общения других народов своей дискуссионностью. Мы любим спорить (даже в гостях), любим «выяснять отношения», любим групповые дискуссии и споры.

Бескомпромиссность – одна из отличительных сторон русского общения. У нас особое отношение к компромиссу. Мы почему-то считаем, что компромисс – это плохо, а уступить – значит потерять лицо, признать правоту собеседника – значит потерпеть поражение, а часто уступать – значит позволить сесть себе на голову. Часто ставим знак равенства между компромиссом и приспособленчеством, и вообще любим крайности: «да» или «нет», «кто не с нами, тот против нас» и т.п.

В русском общении обнаруживается также привычка к коллективному групповому общению. Существуют даже неписанные правила группового общения: общение в группе должно идти непрерывно, не должно быть неловкого молчания, никто не должен уединяться и т.п.

Яркой отличительной чертой является для русского человека бытовая неулыбчивость. Мы в отличие от европейцев и азиатов очень редко улыбаемся на работе, клиентам, незнакомым людям. Мы исходим из того, что улыбка человека обязательно должна иметь какую-то причину и должна быть только искренней, а не демонстрировать вежливость обслуживания, например.

Эти особенности свойственны общению многих русских людей, но есть, разумеется, и такие люди, в общении которых многие из данных качеств не проявляются

или малозаметны. Конечно, можно сказать, что эта черта нравится, а эта не нравится, но это будет личное мнение человека, применительно же к народу в целом ни одно качество или особенность его общения, как и характера, не могут быть оценены как хорошие или плохие.

3. Этнокультурные особенности стиля китайской коммуникации

За последние годы Китай сильно укрепил свои позиции в мировой экономике. Социально-экономические успехи страны заставляют все мировое бизнес сообщество более внимательно изучать азиатский рынок, а также особенности восточного делового этикета.

Благодаря росту экономики Китая жители этой страны стараются адаптироваться к общепринятым правилам предпринимательства, европейским нормам этикета. Тем не менее, у китайцев до сих пор сохраняются и широко используются свои особенности в этих вопросах, берущие начало в истоках азиатской культуры.

В целом китайцы народ общительный и дружелюбный. Подойти и заговорить с незнакомым человеком на улице не считается чем-то удивительным.

При встрече китайцы обмениваются рукопожатием, особенно с иностранцами, или приветствуют друг друга легким кивком, возможно, поклоном от плеч, а не от пояса, как японцы. Старший по возрасту должен поздороваться первым.

Наиболее распространённое обращение в деловом мире, свидетельствующее об особом уважении к человеку - «господин» или «госпожа» перед фамилией. Также приветствуется использование официальной должности или титула китайца, а затем фамилии. На «вы» обращаются к пожилым или малознакомым людям. Обращение по имени распространено только у близких родственников или друзей примерно одного возраста.

При знакомстве практикуется обмен визитными карточками, чаще всего двухсторонними – на русском и китайском языках, но можно использовать и карточку на английском языке. Брать и подавать визитку нужно обязательно обеими руками.

В культуре Китая не принято выказывать свои эмоции, особенно в незнакомой обстановке, поэтому во время знакомства китайцы ведут себя сдержанно и подчеркнута официально, избегая даже улыбок. Подсознательно они воспринимают иностранцев как чужаков и незваных гостей. Но в обычной жизни китайцы доброжелательны и очень приветливы.

Любые формы телесных контактов между незнакомыми людьми, такие как объятия, похлопывания по плечу или поцелуи воспринимаются китайцами отрицательно, особенно если это касается женщин. Помогать женщине, открывая перед ней дверь или подставляя стул, а также уступать место и дотрагиваться до нее не принято. Для женщин в компании запрещено курение и употребление спиртных напитков.

В Китае не следует показывать на человека указательным пальцем, для этого используют вытянутую руку ладонью вверх. Класть ноги на стол или стул, свистеть, а также щелкать пальцами считается неприличным.

Скромность – главный критерий при выборе одежды в Китае. И, хотя, современная молодёжь все чаще выбирает яркий европейский стиль, экстравагантностью в одежде по-прежнему вызывает у китайцев усмешку и иронию.

Самая большая ошибка, которую можно допустить в общении с китайцем – это его прилюдное оскорбление, унижение или обман. Если подобное произойдет на публике – вы наживете себе врага, способного даже на месть, так как по своей натуре китайцы злопамятны. Стоит помнить, что китайцы могут быть и крайне импульсивными, что может создать сложную ситуацию при общении в случае прилюдных оскорблений. Если же вы обманите или оскорбите китайца не при свидетелях, то первое будет воспринято им как доказательство вашего ума, а второе – как показатель внутренней силы.

В Китае принято обмениваться сувенирами. Причем стоит дарить подарок всей компании, а не определенному лицу. Подавать и принимать любые предметы стоит только двумя руками, это признак уважения. В момент получения подарка не принято его сразу смотреть. Некоторые китайцы, особенно пожилого возраста, могут сначала отказаться от презента. В этом случае стоит настоять, может даже не один раз, до того как подарок будет принят.

Любые режущие предметы символизируют в Китае разрыв отношений, поэтому дарить их не стоит. Если вы дарите цветы, то их число должно быть четным. Цветы белого цвета исключаются при выборе подарка, так как белый цвет – цвет смерти. Подарок лучше всего завернуть в бумагу красного цвета (красный - цвет счастья в китайской культуре). При выборе подарка старайтесь избегать любых ассоциаций с цифрой 4 - это число считается несчастливым.

Если вас пригласили в гости к себе домой стоит купить подарок для хозяйки дома – шоколад, торт или ликер. Столовое вино у китайцев не в почете, поэтому это не лучший подарок, а вот коньяк, виски, книги, картины, сувениры для дома или любая престижная электроника будут хорошим подарком для хозяина дома. Если вы знаете, что в семье есть дети, то стоит не забыть и о подарке для них.

Китайцы не любят принимать гостей у себя дома, особенно иностранцев, традиционно назначая встречи в общественных местах – офисе, отелях, бизнес-центрах. Прием пищи, чаще всего является неотъемлемой частью деловой встречи, отказ от которого может рассматриваться как оскорбление.

Если вас пригласили домой, то вам оказали большую честь. Опоздывать, так же как и засиживаться в гостях, считается признаком дурного тона. Первый тост или небольшое приветствие на любом мероприятии всегда за самым старшим из собравшихся. Маленькая деталь – перед входом в дом в Китае нужно разуаться.

В Китае не едят вилками, поэтому стоит научиться пользоваться китайскими палочками. Хотя если в деловых или туристических районах страны в ресторане вы попросите вилку, то вам ее принесут. Для того чтобы облегчить трапезу с помощью палочек китайцы традиционно держат тарелку около рта. Перед тем как начать есть, стоит дождаться пока за стол сядут все присутствующие и к еде приступят хозяева дома. Если вы в гостях, то стоит пробовать все, что вам предложено, стараясь продемонстрировать хозяевам, что вы наслаждаетесь угощением.

Для любого китайца престиж компании, в которой он работает превышает его личного успеха. В Китае из-за неблагоприятного поступка одного из членов группы – семьи, трудового коллектива или общественной организации – можно потерять репутацию всей группы, поэтому в любой ситуации китаец старается вести себя достойно.

В Китае не принято спорить со старшими по возрасту, званию, рангу и положению. Это будет воспринято ни как грубейшее нарушение этикета, а национальной традиции в целом.

Если вы только собираетесь налаживать деловые отношения с китайской стороной, то лучше воспользоваться услугами посредников, которые смогут официально представить вашу компанию и выступить гарантами сделок и поручителями. Китайцы всегда стремятся удостовериться в благонадежности фирм, желающих с ними работать, поэтому хорошие рекомендации о вашей компании будут очень уместны.

В отличие от России, в Китае деловые отношения носят более формальный характер, исключаяющий более близкие контакты (рестораны, театры, кафе, клубы и т.д.). Это объясняется щепетильным отношением китайцев к разграничению бизнеса и личного общения.

При ведении бизнеса с китайскими партнерами стоит запастись огромным терпением, так как бюрократический аппарат Китая огромен и согласование различных вопросов требует в стране много времени и сил. Кроме того, китайцы очень скрупулезные люди, не принимающие решения без досконального изучения всех аспектов дела.

Поэтому в переговорах стоит задействовать высококвалифицированных специалистов, разбирающихся во всех тонкостях вопроса и хорошего переводчика, знающего специфические термины.

Пытаться завоевать симпатию китайца во время деловых переговоров путем личного общения не стоит, так как в иностранных партнерах китайцы видят не личность, а представителей компаний. Четкое изложение сути дела даст больший результат, чем радушное, дружеское общение. Тем не менее, китайцы стремятся наладить дружественные неформальные отношения с иностранцами, интересуясь вопросами семьи и детей, делая это, как правило, искренне.

Ранг играет в деловой культуре Китая огромную роль. Поэтому на переговорах лучше присутствовать главе компании, а не его помощнику или заместителю.

Любую важную деловую встречу стоит планировать и оговаривать за несколько месяцев. После достижения договоренности можно выслать полную информацию о компании и любые документы, касающиеся предстоящих переговоров. Опоздание на встречу будет воспринято как оскорбление, так как пунктуальность в Китае считается символом добродетели. Поэтому на встречу лучше приходить немного раньше назначенного времени.

В Европе многие считают китайцев хитрецами и пройдохами, так как на востоке подходы к ведению бизнеса во многом отличаются от европейского по стилю, тактике, приемам изучения партнеров и рассматриваются в старой части света как неприемлемые. Нужно рассматривать эти особенности китайской культуры как национальные хитрости, воспринимать их спокойно и использовать на свое благо.

Из китайских хитростей можно отметить их наигранное безразличие к делу или к неудаче коммерческих переговоров. Эти приемы используются лишь для того, чтобы заставить партнера заволноваться и пойти на уступки, особенно в вопросах цены. Китайцы даже могут изобразить контролируемый гнев, опять-таки ради проверки нервов партнеров, готовых в случае испуга уступить в цене.

Грубая и неприкрытая лесть тоже может быть использована китайцами для достижения своих целей. Нужно стараться быть невозмутимыми и терпеливыми, торговаться, по примеру самих китайцев, но помнить о важности компромиссов для китайской стороны, традиционно видящей в них суть переговоров. Для того чтобы вас восприняли в Китае как профессионала своего дела нужно обладать: упорством, терпением, осторожностью, настойчивостью и невозмутимостью.

Китайцы крайне недоверчивы в бизнесе, поэтому найти хорошего делового партнера в этой стране достаточно сложно. Дело в том, что любое бизнес-предложение от европейца воспринимается китайцем как предложение с подвохом, которое нужно вычислить и обернуть в свою пользу. Хорошим помощником в поиске партнеров по бизнесу в Китае может стать консультационные или переводческие фирмы, работающие много лет на этом рынке. Их опыт может стать проводником ваших намерений и оградить от профессиональных аферистов, которых в Китае более чем достаточно.

4. Этнокультурные особенности стиля корейской коммуникации

В Республике Корея традиционное приветствие сопровождается поклоном. Руки при этом держат либо вдоль туловища, либо складывают их в районе пупка (мужчины кладут сверху левую руку, женщины – правую). Чем ниже и медленнее поклон, тем более уважительным считается приветствие. Младшие по возрасту и статусу должны здороваться первыми и кланяться ниже.

В деловом общении поклон может сопровождаться рукопожатием, в результате которого нужно легко коснуться друг друга руками, при этом не сжимая руку другого и не встряхивая ее. Старший по возрасту протягивает руку для рукопожатия первым. Женщины-корейки редкожимают друг другу руки, а мужчина-кореец практически

никогда не протягивает руку женщине. Однако если женщина-иностранка протянет руку мужчине-корейцу первой — это будет воспринято нормально.

К старшим из вежливости принято подходить и здороваться первыми, после чего обязательно надо поговорить 2-3 минуты прежде, чем отойти. Правила корейского этикета велят всегда желать пожилым людям доброго здоровья по окончании даже короткой беседы.

При обращении к корейцу перед фамилией всегда ставят должность (директор, учитель, врач, водитель, председатель и т.д.) или «Мистер» /«Миссис».

Согласно многовековым традициям корейские личные имена состоят из трех элементов, каждый из которых читается как слог. Первый слог — фамилия, два последующих — имя. Изредка встречаются личные имена из одного слога. В российском корееведении принято писать корейские имена в два слова — сначала отдельно фамилию, потом слитно имя (но многие пишут корейские имена в три слова).

Корейцы трудолюбивы, пунктуальны, вежливы и миролюбивы. Они стараются избегать острые конфликты, неприятные сцены, шумные споры и резкие слова. Они с детства приучены к тому, что нельзя оскорбить, унижить человека, умалить его в собственных глазах. В Корее это называется уметь «сохранять лицо» (то есть достоинство), чужое и свое. Они открыты и общительны и ожидают того же от собеседника. В Корее совершенно нормально задавать вопросы о возрасте, семейном статусе, а также говорить на другие личные темы, которые в западной культуре считаются неприличными. Большое значение придают семье и ведут бизнес тоже в основном семейный.

Корейцы придают большое значение деловой одежде. Для мужчин будет уместен строгий деловой костюм с белой рубашкой и неярким галстуком, а женщинам не стоит надевать брюки и яркие туфли на высоком каблуке.

В Корее принято вести дела и решать вопросы путем личного контакта через личные встречи. Первую встречу с представителями компаний из Кореи лучше назначить через посредника, который знает вас и ваших будущих партнеров и сможет представить вашу организацию, расскажет о ваших предложениях, о вашем личном статусе. Никогда не отвечайте уклончиво на просьбу корейца о встрече, иначе партнеры могут оказаться на пороге вашего офиса неожиданно, без предварительной договоренности.

Корейцы предпочитают вести переговоры на английском языке, стремятся к конкретным категориям и логической последовательности. Они склонны к простоте и не любят абстрактных рассуждений. Свои предложения излагают четко, конкретно указывают пути их решения. Они не говорят открыто о своем несогласии с партнером и не доказывают свою правоту. Слово «нет» у корейцев не используется. Но если корейская сторона принимает положительное решение, она готова немедленно действовать.

Приглашающая сторона всегда должна организовывать такой уровень приема корейской делегации, чтобы он соответствовал моральному авторитету и официальному статусу ее главы, при этом важно четкое соблюдение иерархии и этикет.

В начале деловой встречи следует представить всех участников со своей стороны и предложить сделать то же самое гостям. Заранее можно поинтересоваться, как лучше построить беседу, и предоставить возможность всем высказаться, задать вопросы.

Во время первой встречи принято обмениваться фирменными сувенирами, цель которых — оказание внимания вашей компании к потенциальному партнеру. Большое значение придается визитной карточке, которая должна быть красивой и напечатанной на дорогой бумаге. Она вручается и принимается двумя руками, либо правой рукой, придерживаемой левой (ничего нельзя давать и принимать левой рукой). Полученную карточку не стоит сразу прятать, а потратить некоторое время на её изучение.

При деловом общении стоит соблюдать расстояние между собеседниками, равное расстоянию вытянутой руки. Более близкий контакт может быть воспринят как вторжение в личное пространство.

Лучше не употреблять таких выражений как, «надо подумать», «решить этот вопрос будет не так просто» и т.п. Это может быть воспринято корейцами как намек на отказ (помним, что корейцы не говорят прямо "нет"). Корейцы не любят строить планы на многие годы вперед, их больше интересует завтрашний результат их усилий, поэтому они предпочитают, чтобы контракты были гибкими с возможностью корректировки.

Не стоит спорить и "продавливать" свои предложения, такой агрессивный стиль ведения переговоров для корейцев неприемлем.

Главные договоренности по бизнесу достигаются не за столом конференц-зала, а во время неформального ужина, поэтому стоит отнестись к этому мероприятию серьезно.

Нельзя садиться за стол и начинать трапезу до того, пока это не сделает старший. Когда старший встает из-за стола, это означает конец трапезы. Курить в присутствии старшего также не принято.

Во время еды в Корее принято пользоваться ложками (их используют только для супа и риса) и металлическими палочками, хотя вилки есть практически во всех корейских домах. Во время еды нельзя класть столовые приборы на стол – только после окончания трапезы и только в том положении, в котором они лежали изначально. Закуски подают на общих блюдах, поэтому нельзя трогать и несколько раз перехватывать палочками закуски с блюда, а также втыкать палочки в пищу.

Традиционный корейский этикет не разрешает поднимать со стола и подносить ко рту чаши с едой. Необходимо почтительно склоняться над приборами с пищей, а если и брать в руки чашки, то не поднимать их высоко над столом. Считается невоспитанным оставлять на тарелке слишком много недоеденной еды, особенно риса – это является расточительством. Также будет грубо опустошить свою тарелку быстрее остальных, так как в этом усматривается намек на то, что гостю мало еды, предложенной хозяевами.

Спиртное наливают двумя руками, при этом тот, кому наливают должен держать рюмку на весу двумя руками. Наливать себе не принято так же, как и пить до дна. Во время приема алкоголя младший по положению или возрасту должен немного отвернуться в сторону от старшего. Принято произносить тосты. Даже если вы не принимаете алкоголь, необходимо поднять рюмку и пригубить.

В корейских ресторанах нет привычного для нас меню, название блюд можно прочитать в таблице, которая висит на стене ресторана. Расчет принимают не официанты, а кассир у выхода. Корейцы обычно договариваются, что оплачивает чек кто-то один (расплачиваться вскладчину не принято). Чаевые в ресторанах давать не принято.

5. Этнокультурные особенности стиля японской коммуникации

Японское мышление и японский язык лишены логической точности и четкости, свойственных западному «формулообразному мышлению». Японца с детства обучают не строгой логике мышления, не грамматике с ее правилами, а строгому и запутанному языку вежливости.

Японцы концентрируют свое внимание на форме. Этот формализм, подчас лишенный внутренней логики, затрудняет для западного человека понимание японцев и их культуры.

Актуальность хорошего тона в Японии. Обговаривать место и время встречи необходимо заранее. Опоздания в Японии считаются наглостью, выходящей за рамки приличия.

Нельзя перебивать собеседника, нужно терпеливо ждать, когда человек выговорится, затем начинать излагать свое мнение.

Позвонив по неправильному номеру, необходимо извиниться.

Если кто – то пришел к вам на помощь, то его обязательно нужно отблагодарить.

Некоторые гости у японцев могут считаться почетными. Для них даже выделяют специальное место за столом, которое, как правило, находится самым крайним от входа в помещение.

Даря подарок японцам, следует извиниться за то, что он скромнен несмотря на то, что он собой представляет. Таковы правила, их не стоит нарушать.

Сидя за обеденным столом, мужчины могут скрещивать ноги, женщинам же это делать категорически запрещено. Ноги должны быть поджаты и направлены в одну сторону.

Преклонный возраст в Японии вызывает уважение и гордость. Это означает, что человек прошел долгий путь и теперь он заслуживает почестей.

Визитная карточка – это часть церемонии знакомства, а церемониалу японцы придают очень большое значение. Для японцев очень трудны европейские имена, поэтому визитку на переговорах кладут перед собой, чтобы не забыть или не перепутать при произнесении имя партнера.

Язык для визитки следует выбирать английский и японский – это языки международного общения. В данном случае будет уместным сделать двусторонние визитки, это будет восприниматься очень благожелательно и с уважением.

Обмен визитками происходит в самом начале встречи, получив вашу карточку, японец первым делом посмотрит, в какой компании вы работаете, и какую должность занимаете. Он определит статус вашей фирмы по отношению к собственной, и ваш собственный должностной статус, а на основе этого выберет линию поведения.

Передача визиток. Это целый ритуал. Вот что вы должны делать: повернуть визитку «лицом» к партнеру; передавать ее обеими руками; если ваш статус ниже, чем у партнера, держите визитку ниже, чем он; если вам дали визитку, положите ее на визитницу и несколько секунд полюбуйтесь на нее; не забудьте поклониться; если у вас нет визитницы, вы пропали.

Самопрезентация компании. Для японцев важно четкое и всестороннее рассмотрение потенциальных партнеров по многим деловым и корпоративным аспектам. Поэтому появление на первичных переговорах без обширного досье на собственную фирму или холдинг, к которому ваша компания относится, является абсолютно недопустимым.

Форма приветствия. Традиционной формой приветствия является поклон. Причем, чем он ниже, тем большее уважение высказывается.

Но сейчас при контакте с иностранными коллегами все большее распространение получает общепринятое рукопожатие.

Искусство поклонов в этой стране так важно, что дети изучают его с ранних лет. Есть множество поклонов: стоя, сидя по-японски, сидя по-европейски, женские и мужские формы. Вот некоторые из них: приветственный поклон («эсяку»), 15° — для людей равного статуса; уважительный поклон («кэйрэй»), 30° — это поклон для учителя, начальника; наивысший уважительный поклон («сайкэйрэй»), 45° — так стоит кланяться, если вы извиняетесь или увидели императора; преклонение, когда вы дотрагиваетесь до пола головой — сейчас им пользуются, наверное, только если совершили что-то действительно ужасное. От иностранцев, конечно, поклонов не ждут, но японцам будет приятно, если вы поклонитесь в ответ.

Учитывая культурную иерархическую традицию, японцы рассаживаются по правилу «правой руки», т.е. глава, заместитель, участник и т.д., по старшинству.

В таком случае участникам вашей делегации имеет смысл распределиться за столом также. Стиль переговоров, присущий европейцам и американцам, для японцев достаточно сложен, поскольку участники переговоров могут высказывать свое мнение четко, а у японцев переговоры – это дружеская беседа и выяснение всех мелочей.

Запретные темы: обсуждение судьбы Курильских островов, ядерные бомбардировки Хиросимы и Нагасаки.

Дресс – код на деловых встречах. Стиль костюма и внешнего вида в японском деловом мире весьма консервативен. При контакте с японскими бизнесменами костюм и

галстук обязательны, однако галстук может быть и самой радикальной расцветки, если костюм строгий – это не вызовет особого удивления.

На работе, на встречах и переговорах японцы, как и европейцы и русские, придерживаются общепринятого дресс-кода: для мужчин – хорошо выглаженный классический костюм и белая рубашка с галстуком и туфлями, для женщин – юбка-карандаш до колена, блуза с пиджаком и туфли на маленьком каблучке. На различные мероприятия (банкеты, торжественные приемы) японцы одеваются либо по-японски, либо по-европейски. Мужчины опять же предпочитают классику (костюмы, смокинги), женщины же носят либо европейские коктейльные платья, либо платья в пол, либо традиционное кимоно (женщины постарше).

6. Непрямая коммуникация в межкультурных контактах

Непрямая коммуникация - это стиль коммуникации, при котором особое значение придается контексту и невербальным элементам передачи сообщения. В отличие от прямой коммуникации, когда все сообщения передаются ясно и открыто, непрямая коммуникация может использовать содержание и контекст, чтобы передавать информацию скрытым образом.

В межкультурных контактах непрямая коммуникация может иметь особое значение, так как культурные различия в языке, образе мышления и восприятии могут привести к непониманию и конфликтам.

Культура играет ключевую роль в формировании у многих народов особенностей предпочтительных коммуникативных стратегий. Например, в американской культуре очень важно быть прямым и откровенным в общении, в то время как в японской культуре значения может придаваться скрытому подтексту и невербальной коммуникации. Также в некоторых культурах слова могут использоваться, чтобы скрыть подлинные чувства.

Чтобы успешно общаться в межкультурных коммуникациях, необходимо понимать различия в предпочтительных коммуникативных стратегиях и особенностях не прямой коммуникации. На практике это означает, что очень важно обращать внимание на невербальные элементы коммуникации, такие как жесты, мимика и интонация. Большое значение имеет также контекст, в котором сообщения передаются, важно обратить внимания на ситуацию, в рамках которой передается сообщение.

В заключение, в межкультурных контактах непрямая коммуникация имеет особое значение. При общении с представителями других культур необходимо учитывать предпочтительные коммуникативные стратегии и использовать непрямую коммуникацию, чтобы избежать недопонимания и конфликтов. Будем открытыми к другим культурам и готовы общаться с ними на их языке.

5.5 Перечень тем докладов, сообщений

Примерные ответы (доклады) №2

1. Правила и приёмы и законы общения. Различие понятий.

Общение людей осуществляется по определенным законам. Законы общения (коммуникативные законы) – это особые законы. Во-первых, большинство из законов общения – нежесткие, вероятностные. Во-вторых, коммуникативные законы не передаются человеку при рождении, не достаются ему «по наследству» – они усваиваются человеком в ходе общения, из опыта, из коммуникативной практики. В-третьих, законы общения могут со временем видоизменяться. В-четвертых, законы общения частично различаются у разных народов, т.е. имеют определенную национальную окраску, хотя во многом они носят общечеловеческий характер.

Необходимо разграничивать общие законы общения и правила общения. Общие законы общения (коммуникативные законы) описывают процессы, которые происходят в

ходе общения. Коммуникативные законы отвечают на вопрос «что происходит в процессе общения?». Коммуникативные законы реализуются в общении независимо от того, кто говорит, о чем, с какой целью, в какой ситуации и т. д. Правила общения – это сложившиеся в обществе рекомендации по общению. Многие из них отражены в национальных пословицах, поговорках, афоризмах (Знай боле, да говори мене; Слово серебро, молчание золото; Шумом праву не быть, Умей пошутить, умей и перестать и др.). Правила общения отражают сложившиеся в обществе представления о том, как надо вести общение в той или иной коммуникативной ситуации. Правила общения вырабатываются обществом и поддерживаются социально-культурными традициями этого общества. Правила общения усваиваются людьми путем наблюдения и подражания окружающим, а также путем целенаправленного обучения.

Выделяют также приемы общения. Приемы общения - это конкретные фразы, выражения или действия говорящего, с помощью которых он выполняет те или иные правила. Это то, что человек делает, чтобы выполнить правило.

Существует много правил и еще больше приемов эффективного общения. Они еще не все изучены и систематизированы, но очень важно уметь находить приемы, которыми можно реализовать в практике общения известные вам коммуникативные правила – в этом заключается коммуникативная грамотность человека, именно в этом и заключается искусство речевого воздействия.

2. Закон зеркального развития общения.

Этот закон легко наблюдаем в общении. Сущность его может быть сформулирована следующим образом: собеседник в процессе коммуникации имитирует (повторяет) стиль общения своего собеседника. Это делается человеком автоматически, практически без контроля сознания.

К примеру, если в общем разговоре кто-то вдруг начинает говорить что-либо шепотом, то все общающиеся непроизвольно обращают на это внимание и снижают громкость своего голоса – отзеркаливают. Закон отзеркаливания вступает в действие тогда, когда кто-нибудь допускает отклонение от нормы общения. «Запуск» механизма отзеркаливания происходит именно при отклонении от нормы: все говорили нормально, и кто-то вдруг начал кричать - мы тотчас же испытываем желание ответить тем же.

Наиболее часто отзеркаливаются громкость речи, эмоциональность, темп речи, жесты, частота шагов, частота дыхания собеседника. Дети в поведении и манере речи отзеркаливают своих родителей, любимых учителей, спортивных и музыкальных кумиров. Замечено, что наиболее быстро и эффективно отзеркаливаются негативные вербальные и невербальные сигналы. Ссора часто «построена» на отзеркаливании: – А почему ты...? - А почему ты...?

3. Закон зависимости результата общения от объёма коммуникативных усилий.

Этот закон может быть сформулирован так: чем больше коммуникативных усилий затрачено, тем выше эффективность общения.

В общении – нельзя повышать эффективность, снижая затраты, надо применять весь арсенал вербальных и невербальных средств, соблюдать законы и правила общения, применять приемы речевого воздействия, соблюдать нормативные правила общения, нормы этикета и т. д.

4. Закон возрастающего нетерпения слушателей.

Данный закон формулируется так: чем дольше говорит оратор, тем большее невнимание и нетерпение проявляют слушатели. Как бы ни был интересен оратор или рассказчик, как бы ни были расположены к нему слушатели или собеседники – чем дольше он говорит, тем меньше его слушают и тем больше думают о том, что он явно затянул свою речь и ему пора заканчивать. По данным исследователей, вторая половина

речи оратора всегда кажется вдвое длинней первой, а последние десять минут – втрое длинней первых десяти.

5. Закон падения интеллекта аудитории с увеличением ее размера.

Этот закон означает: чем больше людей вас слушают, тем ниже оказывается средний интеллект аудитории. Иногда это явление называют эффектом толпы: когда слушателей много, они начинают хуже «соображать», хотя личный интеллект каждого отдельного человека при этом, конечно, сохраняется, «снижение интеллекта» в толпе – явление чисто ситуативное.

Данное явление обусловлено тем, что, находясь в большой массе людей, человек начинает хуже мыслить логически, в его умственной деятельности начинает доминировать правое эмоциональное полушарие. Человек среди большой массы людей менее внимателен к смыслу слов, хуже понимает обращенную к нему речь, с трудом понимает сложные предложения, практически не может продуктивно решать сколько-нибудь сложные интеллектуальные задачи. При этом человек в «массе» легче реагирует на штампы, прописные истины, грубые шутки, примитивные призывы – особенно на негативные и деструктивные (ломай, бей, поджигай, долой), и при этом почти не воспринимает призывы позитивные или конструктивные. В большой массе людей у человека снижается критичность восприятия, он становится более доверчивым и внушаемым.

Отсюда следует, что выступать перед большой аудиторией людей надо совсем не так, как перед маленькой, и убеждать большую аудиторию нужно по-иному, нежели маленькую. Поэтому выступления на массовых митингах имеют свою специфику – чтобы оратора поняли и приняли его идеи, надо говорить эмоционально, коротко, короткими фразами, громко, уверенно, простыми выражениями, приводить общеизвестные истины, пословицы и поговорки, использовать простой юмор, обязательно заканчивать выступление простым и коротким призывом, лозунгом. Такое выступление воспринимается в основном эмоционально и поэтому обычно оказывается эффективным. Перед небольшой аудиторией выступать надо совсем по-другому, а убеждать одного-единственного собеседника оказывается труднее всего – он совсем не такой доверчивый и внушаемый, как толпа.

6. Закон первичного отторжения новой идеи.

Сформулировать закон можно следующим образом: новая, непривычная идея, сообщенная собеседнику, в первый момент им отвергается. Другими словами, если человек вдруг получает информацию, которая противоречит сложившемуся у него на данный момент мнению или представлению, то первая мысль, которая приходит ему в голову – эта информация ошибочна, сообщивший ее не прав, идея вредна, принимать ее не надо.

Почему так происходит? Информация, которую получает человек, сначала обрабатывается или, точнее сказать, фильтруется правым полушарием мозга, которое отвечает за образное мышление и эмоции. Это полушарие и отбрасывает (чисто эмоционально, без серьезного анализа) новую непривычную идею, поскольку она нарушает уже сложившиеся у человека представления, дестабилизирует (нарушает) его сложившееся психическое состояние. Первый порыв всегда эмоционален, первая реакция – тоже, и поэтому доверять им в серьезных случаях нельзя.

Для того чтобы правильно, объективно оценить слова собеседника, принять по ним верное решение, необходимо его слова осмыслить, а это должно сделать левое логическое полушарие. Для осмысления нужно время, нужна спокойная обстановка, для принятия правильного решения нужны логические усилия, иногда – дополнительная информация, совет знающего человека или друга.

7. Закон ритма общения.

Данный закон отражает соотношение говорения и молчания в человеческом общении. Он гласит: соотношение говорения и молчания в речи каждого человека – величина постоянная. Это значит, что каждому человеку необходимо в день определенное время говорить и определенное время молчать.

На существование устойчивого соотношения между говорением и молчанием в речи отдельного человека впервые указал американский исследователь Элиот Чаплл. Любопытно, что норма соотношения говорения и молчания в общении – индивидуальная величина для каждого из нас. Есть приблизительные данные, полученные венгерскими учеными: они подсчитали, что за 70 лет жизни человек говорит примерно 2,5 года, что, что соответствует примерно 51 минуте в день. Подчеркнем, что эта величина весьма приблизительная, эта цифра может очень существенно различаться у разных возрастных, профессиональных категорий людей, у мужчин и женщин и просто у отдельных индивидов – в зависимости от характера и темперамента.

Закон ритма общения действует в человеческой жизни очень четко. Человеку необходимо соблюдать сложившийся, привычный для него ритм общения – иначе он начинает ощущать психическое беспокойство, возникает стресс, ухудшается настроение, общее состояние здоровья. Индивидуальный ритм общения «сидит» в человеке и требует своего соблюдения. У нас в сознании как бы установлен счетчик, который нам сигнализирует – мы переговорили, надо помолчать; мы слишком долго молчим, нам пора набирать свою норму говорения. При этом в равной мере для человека важно соблюдать как норму говорения, так и норму молчания.

Если человек «переговорил», ему необходимо восстановить ритм общения – помолчать, отмолчаться, выключиться из общения. Это связано с потребностью в психологической защите (человек просто устает от общения с другими людьми, от необходимости реагировать на их поведение, отвечать на вопросы, да и просто оттого, что видит вокруг себя чересчур много лиц).

В своей профессиональной деятельности переговаривают учителя, вузовские преподаватели, руководители (у руководителей до 80% рабочего времени занимает общение, причем значительную часть занимает телефонное общение – самое напряженное и стрессогенное, то есть приводящее к возникновению стрессов), журналисты, врачи, юристы, экскурсоводы, служащие, которые ведут прием граждан, продавцы, предприниматели и некоторые другие категории людей. Эти люди нуждаются в систематическом отдыхе от общения, что нередко принимает форму домашней молчаливости, стремления уклониться в течение какого-то времени от общения даже с близкими людьми.

Существует национальная специфика реализации данного закона: есть народы, у которых потребность в общении по сравнению с другими народами довольно низка – например, народы Севера. Южные народы обычно говорят больше.

8. Закон речевого самовоздействия.

Закон гласит: словесное выражение идеи или эмоции формирует эту идею или эмоцию у говорящего.

Из практики давно известно, что словесное выражение некоторой мысли позволяет человеку укрепиться в этой мысли, окончательно уяснить ее для себя. Если человек своими словами объясняет что-либо собеседнику, он сам лучше уясняет для себя суть рассказываемого.

Таким образом, вербальная констатация идеи (то есть словесное выражение, проговаривание этой идеи словами) позволяет говорящему утвердиться в этой идее.

На данном законе базируется так называемая аутогенная тренировка, в основе которой – словесные команды, отдаваемые человеком самому себе и регулирующие его психическое и физическое состояние: “Я спокоен, сердце бьется ровно, у меня хорошее настроение” и т.д.

9. Закон отторжения публичной критики.

Формулировка закона: человек отторгает публичную критику в свой адрес. Любой человек имеет высокую внутреннюю самооценку. Мы все внутренне считаем себя весьма умными, знающими и совершающими правильные поступки. Именно поэтому любое поучение, критика или непрошенный совет в процессе общения чаще всего воспринимается нами настороженно – как покушение на нашу самостоятельность, сомнение в нашей компетентности и способности принимать самостоятельные решения.

В условиях, когда критика осуществляется в присутствии других людей, она отвергается почти в 100% случаев. Люди не терпят публичных поучений и реагируют на них практически всегда негативно, даже если замечание, совет или предложение объективно являются правильными.

10. Закон доверия к простым словам.

Сущность этого закона, который еще можно назвать законом коммуникативной простоты, в следующем: чем проще твои мысли и слова, тем лучше тебя понимают и охотнее тебе верят. Простота содержания и формы в общении – залог коммуникативного успеха. Говорите просто, давайте простые советы – и люди пойдут за вами, поверят вам. Люди лучше воспринимают простые истины, потому что эти истины им более понятны, привычны. Многие из простых истин вечны, и поэтому обращение к ним гарантирует интерес собеседников и их внимание. Интерес к вечным и простым истинам у людей постоянен. То же самое касается и речевой формы, в которую облакаются идеи – чтобы быть воспринятым, чтобы вызвать доверие и быть принятым, говорящий должен «упаковать» простые идеи в простые же слова, короткие фразы, понятные выражения, ясные формулировки, простые и короткие лозунги. При этом уровень интеллекта, профессиональной подготовки и другие характеристики тех людей, на которых эти слова рассчитаны, не имеют принципиального значения – простым истинам и словам доверяют и малограмотный, и образованный.

11. Закон притяжения критики.

Формулировка закона такова: чем больше вы выделяетесь из окружающих, тем больше о вас злословят и тем больше людей подвергает критике ваши действия.

Этот закон объясняет, почему завидуют людям, которые чего-либо достигли, которые чем-либо выделяются из своего окружения. Эти люди своими достижениями дают повод поговорить о себе, а поскольку другие люди этими достижениями, как правило, похвалиться не могут, возникает почва для неприязни, и в их действиях другие люди пытаются обязательно найти что-то негативное, чтобы показать, что успех незаслужен или достигнут предосудительными приемами и т.д. Эта критика поднимает критикующих в собственных глазах – у них-то нет незаслуженного успеха, они не пользуются недозволенными методами, кроме того, они способны разоблачить тех, кто достиг незаслуженного успеха.

12. Закон коммуникативных замечаний.

Формулировка закона: если собеседник в общении нарушает некоторые коммуникативные нормы, другой собеседник испытывает желание сделать ему замечание, поправить его, заставить изменить его коммуникативное поведение. Этот закон конкурирует с законом отзеркаливания: верх берет либо отзеркаливание коммуникативной манеры собеседника, либо модификация его поведения - в зависимости от ситуации, участников общения, их коммуникативных ролей, социального и должностного положения и т.д.

13. Закон ускоренного распространения негативной информации.

Смысл этого закона в следующем: негативная, пугающая, способная повлечь изменения в статусе людей информация имеет тенденцию к более быстрому распространению в группах общения, нежели информация позитивного характера. Это связано с повышенным вниманием людей к отрицательным фактам – в силу того, что положительное быстро принимается людьми за норму и перестает обсуждаться. Люди проявляют большее внимание к негативным фактам, интенсивнее обсуждают негативные факты, поскольку испытывают страх за свое положение, будущее, здоровье и др.

14. Закон искажения информации при ее передаче.

Формулировка закона такова: любая передаваемая информация искажается в процессе передачи в степени, прямо пропорциональной числу передающих ее лиц.

Это означает, что чем большее число людей передает ту или иную информацию, тем больше вероятность искажения этой информации.

Искажения происходят вследствие субъективной интерпретации – каждый понимает передаваемое по-своему, а также в силу действия «правила комментирования» чужих слов – каждый передающий информацию фактически комментирует ее в рамках своего понимания, хотя бы интонационно демонстрирует к ней свое отношение.

Искажения вызываются также нашим неумением слушать собеседника, а иногда – стремлением не демонстрировать свою непонятливость и нежеланием переспрашивать, когда что-либо непонятно. Естественно, что чем через большее «число голов» проходит информация, тем большим искажениям она подвергается. Данное явление особенно опасно при передаче директивной информации – от руководителя к исполнителям. Руководителю особенно важно понятно объяснить задачу и проверить правильность ее понимания подчиненными. В связи с этим письменные задания и распоряжения позволяют снизить риск искажения директивной информации.

15. Закон детального обсуждения мелочей.

Знать этот закон особенно важно, когда мы обсуждаем что-либо коллективно. Формулировка закона: люди охотнее сосредотачиваются на обсуждении незначительных вопросов и готовы уделять этому больше времени, чем обсуждению важных проблем.

Детальное обсуждение мелочей связано с тем, что именно по мелочам, как правило, все люди собственное и вполне определенное мнение, все разбираются в них, в то время как при решении глобальных вопросов многие являются неспециалистами в соответствующих сферах и фактически не участвуют в обсуждении, в принятии решения, либо чисто формально присоединяются к мнению специалистов или авторитетов, не считая себя компетентными или думая, что от них ничего не зависит.

16. Закон речевого поглощения эмоций.

Формулировка закона: при связном рассказе о переживаемой эмоции она «поглощается» речью и исчезает. Выраженное в связном рассказе эмоциональное переживание, например, горе, будучи рассказанным и выслушанным, исчезает вместе со словами, которые были использованы для рассказа. Слова как бы впитывают, поглощают как губки выражаемую ими эмоцию, забирая ее у человека.

17. Закон эмоционального подавления логики.

Данный закон гласит: в эмоциональном состоянии человек теряет логичность и аргументированность речи и плохо понимает обращенную к нему речь.

Когда человек эмоционально возбужден, у него доминирует (то есть преимущественно работает) только правое полушарие головного мозга. А это полушарие «понимает» преимущественно короткие, наиболее употребительные «готовые» фразы, может понимать отдельные слова, но плохо понимает рассуждения, очень плохо понимает связную речь и практически не воспринимает каких-либо аргументов. Возбужденный

человек в силу этого искаженно понимает смысл обращенных к нему слов – чаще всего он способен понять лишь смысл отдельных слов, произнесенных наиболее громко, либо слово, реплику, которые его собеседник произнес в самом конце своей фразы; а вот к анализу связи слов сильно возбужденный человек практически неспособен, не способен понимать логичную связную речь.

Если же возбужденный человек начинает говорить сам, то он обычно очень неубедителен в своих высказываниях, допускает много речевых ошибок, многократно повторяет одни и те же слова, аргументы и т.д.

Таким образом, возбужденный человек плохо понимает обращенную к нему речь, и плохо говорит сам.

18. Понятие, способы и аспекты речевого воздействия.

Речевое воздействие стало наукой, которая объединяет в изучении эффективного общения ученых самых разных специальностей - психологов, лингвистов, этнографов, социологов, рекламистов, журналистов, менеджеров, конфликтологов и т.д.

Способы речевого воздействия (доказывание, убеждение, уговаривание, клянчение, внушение, принуждение).

Аспекты речевого воздействия. Различают два основных аспекта речевого воздействия - вербальный и невербальный. Правильно построенное сочетание вербального и невербального воздействия обеспечивают нам эффективность общения.

Коммуникативная неудача - это отрицательный результат общения, такое завершение общения, когда цель, которую мы ставили в разговоре, оказывается не достигнутой.

Коммуникативные неудачи постигают нас, когда мы неправильно строим свое речевое воздействие: выбираем не те способы речевого воздействия, не учитываем, с кем разговариваем, не выдерживаем правил бесконфликтного общения и т.д.

5.6 Тема группового индивидуального проекта Примерный ответ на задание «Групповой проект»

Директору
Компании «Псих и Ко»
Дейкун Д.Д.
От Азарова Н.А.

Заявление

Прошу выдать мне справку с места работы с указанием должности и средней заработной платы.

Справка необходима для предъявления по месту требования.

27

сентября

2022

г.

Психологу
Компании «Псих и Ко»
Лесниковой Е.С.
От Азарова Н.А.

Служебная записка

В связи с проведением мною мероприятия «Методики с способы борьбы с повышенной тревожностью» 29 сентября 2022 г. с 17:00 до 19:00 необходимо

задействовать мультимедийное оборудование (экран, проектор, пульт ДУ) для презентации интерактивного материала.

Прошу Вас, на данный период времени, предоставить мне вашу аудиторию, располагающую необходимым инструментарием.

27

сентября

2022

г.

Директору ресторана «У Сарика»
Добровецкой Е.В.

Уважаемая Екатерина Викторовна!

Приглашаем Вас и ваших штатных сотрудников принять участие в тренинговом мероприятии «Профилактика синдрома эмоционального выгорания», которое пройдет 3 октября этого года в офисе нашей компании (ул. Семеновская, д. 99).

На мероприятии мы познакомим участников со способами самодиагностики подверженности эмоциональному выгоранию, а также техникам и приемам саморегуляции и формирования мотивации для предотвращения возникновения синдрома эмоционального выгорания.

Начало мероприятия в 18:00. Зарегистрироваться, а также получить ответы на интересующие вас вопросы вы можете по телефону 88005553535.

С уважением,
Психолог компании «Псих и Ко»
Азаров Н.А.

27.09.2022 г.

Психологу рекламного агентства «Левиафан»
Ким Е.Е.

Уважаемая Евгения Енгировна!

15 октября этого года мы проводим интерактивную лекцию «Медиапсихология и ее влияние на современное общество». Нам бы хотелось рассказать слушателям о психологических особенностях работы в области СМИ (в т.ч. рекламы). Мы хотим раскрыть участникам личностные особенности, особенности мышления, а также распространенные психологические проблемы работников данной сферы.

Просим вас принять участие в нашем мероприятии в качестве «эксперта» очно или дистанционно (в формате видеоконференции). Гарантируем оплату вашего участия.

Обсудить детали мероприятия и задать интересующие вас вопросы вы можете по телефону 88005553535.

Заранее благодарю вас,
Психолог компании «Псих и Ко»
Азаров Н.А.
27.09.2022 г.

Гл. бухгалтеру ресторана «У Сарика»
Шкет А.О.

Напоминаем, что согласно договору № 515 от 05.09.2022 г. ваше предприятие должно было внести предоплату за тренинговое мероприятие «Приемы успешной коммуникации» до 25.09.2022 г. Мы предлагаем вам произвести оплату до 30.09.2022 г. В ином случае мы будем вынуждены отказать вам в проведении мероприятия.

С уважением,
Психолог компании «Псих и Ко»
Азаров Н.А.
27.09.2022 г.

5.7 Ролевая игра

Примерный ответ. Ролевая игра № 1

Генеральный директор: Джон Андерсон
Заместитель генерального директора: Сара Томпсон
Руководитель отдела финансов: Майкл Джонсон
Руководитель отдела маркетинга: Эмили Дэвис
Руководитель отдела продаж: Роберт Мартинес
Руководитель отдела кадров: Дженнифер Ли

Генеральный директор (Джон Андерсон): Доброе утро, всем. Спасибо, что присоединились к этому собранию сегодня. Как вы все знаете, наша компания столкнулась с финансовыми трудностями, и нам необходимо сократить штат сотрудников, чтобы обеспечить нашу долгосрочную устойчивость. Я предлагаю внедрить план реструктуризации, который включает сокращение некоторых отделов. Это решение не простое, но необходимое для выживания компании. Я хотел бы услышать ваши мысли по этому вопросу.

Руководитель отдела финансов (Майкл Джонсон): Спасибо, Джон. Я понимаю финансовые проблемы, с которыми мы сталкиваемся, но я предлагаю исследовать другие меры по сокращению затрат, прежде чем рассматривать увольнения. Например, мы могли бы пересмотреть контракты с поставщиками или оптимизировать наши процессы для повышения эффективности. Я считаю, что мы должны исчерпать все возможные альтернативы, прежде чем прибегать к сокращению нашего персонала.

Руководитель отдела маркетинга (Эмили Дэвис): Я согласна с Майклом. Увольнения должны быть нашим последним выходом. Мы должны сосредоточиться на разработке новых маркетинговых стратегий для увеличения дохода и привлечения большего количества клиентов. Инвестируя в целевые кампании и исследуя новые рынки, мы можем потенциально преодолеть наши финансовые трудности без прибегания к сокращению рабочих мест.

Руководитель отдела продаж (Роберт Мартинес): Хотя я понимаю необходимость сокращения затрат, я хочу подчеркнуть важность поддержания сильной команды по продажам. Увольнения в отделе продаж могут негативно сказаться на нашей генерации доходов. Вместо этого, мы должны рассмотреть перераспределение ресурсов и усовершенствование программ обучения по продажам, чтобы обеспечить нашу команду всем необходимым для достижения целей компании в области продаж.

Руководитель отдела кадров (Дженнифер Ли): Я понимаю финансовое давление, с которым мы сталкиваемся, но мы также должны учесть человеческое влияние наших решений. Если мы продолжим сокращение сотрудников, мы должны предоставить должную поддержку пострадавшим сотрудникам, такую как услуги по ориентации на новое место работы или помощь в поиске новых возможностей для трудоустройства. Мы также должны вести прозрачное и эмпатичное общение на протяжении всего процесса, чтобы поддерживать доверие и боевой дух внутри компании.

Заместитель генерального директора (Сара Томпсон): Спасибо всем за ваши ценные мнения. Я ценю представленные различные точки зрения. После внимательного рассмотрения мнений каждого из вас, я предлагаю немного отойти в сторону и оценить альтернативные меры по сокращению затрат, прежде чем принимать окончательные решения. Мы должны провести тщательный анализ наших текущих процессов, контрактов и маркетинговых стратегий, чтобы выявить потенциальные области для улучшения и снижения затрат. Такой подход позволит нам принять более обоснованное решение, учитывающее как финансовые соображения, так и благополучие наших сотрудников.

Генеральный директор (Джон Андерсон): Спасибо, Сара, и спасибо всем за ваши вдумчивые вклады. Я считаю, что мы рассмотрели различные возможности и учли этические аспекты наших решений. Я согласен, что мы должны провести детальный анализ нашей деятельности для выявления альтернативных мер по сокращению затрат. Давайте снова соберемся через неделю с результатами нашего анализа и потенциальными решениями. В то же время, я призываю вас продолжать делиться любыми дополнительными идеями или вопросами, которые у вас могут возникнуть.

В ходе обсуждения участники проявили эффективные навыки коммуникации, выражая свои точки зрения с уверенностью и представляя обоснованные аргументы. Выступления были уважительными и этичными, принимая во внимание потенциальное влияние на сотрудников. Лидер активно слушал высказанные мнения и принял решение провести дальнейший анализ альтернативных мер по сокращению затрат, прежде чем окончательно утверждать увольнение. Мнения участников были учтены в процессе принятия решения, что свидетельствует о коллективном подходе к решению проблем. В последующем обсуждении собрания группа может рассмотреть эффективность коммуникации и качество представленных аргументов.

Примерный ответ. Ролевая игра № 2

Две компании.

1) ООО «Мандарин» небольшая, но активно развивающаяся агрокомпания, выращивающая эко продукцию- хочет продать партию мандаринов в 3 т по цене 105 р. за кг. В перспективе хочет наладить постоянный сбыт с этой компанией. Но хотят и наладить сбыт продукции с компанией конкурентами АО «Ритейл групп» ПАО «ДВсбытпрод».

2) АО «Ритейл групп» - крупный игрок рынка, который поставляет продукцию в крупные торговые сети. Готов купить пока что пробную партию в 1 т. Не устраивает цена, хотят 95 рублей, но компания готова взять на себя поставку продукции от агрокомплекса до супермаркетов. В дальнейшем хочет стать главным покупателем продукции компании ООО «Мандарин».

Стратегия ООО «Мандарин» - не допустить снижения цены поставки ниже 100 р. за кг. и чтобы расходы по раскрутке экомандаринов легло на АО. Аргументировать тем, что ДВсбытпрод предлагает более выгодные условия и делать акцент на особых вкусовых качествах продукции, которых нет у других поставщиков мандарин.

Стратегия АО «Ритейл групп» - предлагают заключить пробную партию по заниженным ценам и только в случае успеха, тогда уже рассмотреть цену ООО «Мандарин» в 105 р за кг. Но в случае заключения долгосрочной сделки поставки, сделать АО «Ритейл групп» единственным покупателем.

Переговоры:

Со стороны ООО «Мандарин» - директор Олег Николаевич

Ритейл – директор Степан Петрович

О.Н.: здравствуйте, уважаемый Степан Петрович! Рад наконец-то вживую с вами встретиться.

С.Т.: Здравствуйте. Взаимно. С прошедшим вас.

О.Н.: И Вас. И не смотря что НГ прошел, прошу скромный подарок от нас. Ящик наших отборнейших мандаринов!

С.Т.: спасибо, большое. Ну коль у нас тут на столе мандарины, то и поговорим о деле.

О.Н.: пожалуй. Мы получили проект вашего договора. Многие его пункты нас устраивают.

С.Т.: это радует.

О.Н.: но есть одно «но». Вы предлагаете слишком низкую цену для нашей продукции.

С.Т.: мы более чем понимаем ваше недоумение. И хоть и товар у вас и вправду высшего качества (ест мандарин). Вы должны понимать, что наша компания берет на себя ряд обязательств, а именно раскрутка бренда, поставка. Именно в связи с ними чтобы окупить затраты на них мы готовы покупать товар, но не по цене в 105 - это выше, чем у всех конкурентов.

О.Н.: Боюсь, что будет не совсем правильно сравнивать нашу цену с товарами конкурентов. Наш товар относится к сегменту люкс, и производится по запатентованным технологиям. Мы новая уникальная ниша, которая принесет прибыль тому, кто первый её займет. Боюсь не смотря на всю симпатию к вашей компании, а в частности и к вам, уважаемый Степан Петрович, нам придется уйти к конкурентам - «ДВсбытпрод».

С.Т.: давайте не торопиться. Давайте попробуем компромисс. Мы готовы закупить у вас товар по вашей цене, но вначале давайте сделаем тестовую закупку. В объёме 3 т, но по цене 95.

О.Н. в ваших словах есть здравый смысл и определенная коммерческая выгода. Но в чью пользу?

С.Т.: вы обвиняете нас в нечестной игре?

О.Н. извините, не хотел вас задеть. Но себестоимость продукции – это 100 р. за кг. Мы и так можно сказать работаем в убыток. Это слишком рискованно для нас.

С.Т. хорошо. Но тогда поймите и меня. Мы готовы закупить их за 105 р, но тогда тестовая партия будет всего одна т.

О.Н: Но, что нам тогда сделать с оставшимися?

С.Т. хранить?

О.Н. боюсь они сгниют и нам придется продать их другим поставщикам.

С.Т. мы готовы купить 2т. Но с условием, что оставшуюся партию вы пока придержите для нас.

О.Н. на какой срок.

С.Т. месяц. А там уже покажут продажи.

О.Н. по рукам.

С.Т. По рукам. С вами приятно иметь дело

В переговорах активно были задействованы принципы бесконфликтного общения: благоприятной самоподачи, принцип терпимости, принцип минимизации негативной подачи.

В момент переговоров была острая ситуация: «О.Н. в ваших словах есть здравый смысл и определенная коммерческая выгода. Но в чью пользу?»

С.Т: вы обвиняете нас в нечестной игре?» Здесь вступил в силу закон искажения информации при ее передаче, но Олег Николаевич использовал принцип минимизации негативной подачи, что сгладило конфликт.

В целом обе стороны переговоров добились желаемых результатов. Цель коммуникации была достигнута.

Примерный ответ. Ролевая игра № 3

Сценарий Ролевой игры «Кризис на предприятии»

Цель игры: привести компанию к успешному разрешению конфликта, снижению напряжения в коллективе, улучшению качества работы и повышению уровня удовлетворенности сотрудников.

Игроки:

1. Генеральный директор компании.
2. Руководитель отдела продаж.
3. Руководитель отдела маркетинга.
4. Руководитель отдела производства.
5. Руководитель отдела кадров.
6. Адвокат компании.

Введение:

Компания претерпевает кризис, вызванный неэффективной работой некоторых отделов и конфликтами между сотрудниками. Генеральный директор вызывает в офис всех руководителей отделов и юриста, чтобы найти решение проблемы.

Ход игры:

1. Генеральный директор даёт слово каждому из руководителей отделов, чтобы они определили, какие проблемы существуют в их отделах и как они могут быть решены.

2. Каждый руководитель отдела рассказывает о причинах, которые привели к конфликту и неэффективной работе в его отделе.

3. Каждый руководитель отдела должен предложить план действий по решению проблем в своём отделе, а также дать рекомендации, как другие отделы могут помочь им в решении проблем.

4. Когда все планы действий будут собраны, адвокат компании расскажет о правовых аспектах решения конфликтов между сотрудниками и предложит план, который поможет максимально снизить конфликты на предприятии.

5. Генеральный директор просит каждого руководителя отдела проанализировать планы действий и предложить новые идеи и способы решения проблем в компании.

6. Когда все обсудят планы действий и дадут свои идеи, руководители отделов начинают реализовывать свои планы. Адвокат компании следит за тем, чтобы все решения соответствовали законодательству.

7. По мере реализации планов действий, игроки обсуждают результаты и корректируют планы по мере необходимости.

Заключение:

В конце игры игроки должны подвести итоги, обсудить результаты, которых добились, и оценить эффективность решений, которые были приняты. Кроме того, они могут сделать выводы о том, как улучшить процесс осуществления координации между отделами в будущем, чтобы предотвратить возможные кризисы и конфликты.

5.8 Темы индивидуальных творческих заданий

Индивидуальное творческое задание № 1

Приведем несколько примеров, где были нарушены принципы бесконфликтного общения.

Одногруппник попросил дать списать домашнее задание в результате чего тот, кто списал получил положительную оценку, а тот, кто на самом деле выполнял работу получил неудовлетворительную. Вывод – обида, последующее «необщение» приведет к разрыву отношений и скорее всего к конфликту.

Двое ведут беседу, обсуждая повышение цен на облигации на бирже. Они увлеченно и спокойно ведут беседу, аргументируя свои предположения. И вот, вмешивается третий – деловито, показывая свое умственное превосходство, принижая их профессиональные качества, открыто указывает на их ошибки, навязывая свое мнение. Вывод – враждебный настрой в отношении вмешавшегося в разговор, который однозначно перерастет в конфликт.

Если опираться на мнение автора учебного пособия «Деловое общение» И.А. Стернина, то анализируя эти две ситуации, можно сказать, что были нарушены все три принципа бесконфликтного общения: и принцип терпимости к собеседнику, и принцип благоприятной самоподачи, и принцип минимизации негативной информации. В первой ситуации, возможно было предположить такой вариант исхода событий, поэтому можно было не давать списывать, корректно и тактично отказать, ссылаясь на непонятный почерк или на неуверенность в правильности решения. Но, а по факту уже произошедшего, сделать соответствующие выводы, и в следующий раз принимать решение, тщательно его обдумав. Вторая ситуация, также показывает тот факт, что задуматься стоит обеим сторонам конфликта. Не стоит вмешиваться в разговор и давать советы если тебя об этом не просят. Но если уж и пришлось стать «жертвой» такого наглого вмешательства, то не стоит спорить и тем более доказывать обратное. Разумнее всего дать понять оппоненту, что вы прислушиваетесь к его мнению и обязательно учтете его в дальнейшем.

Индивидуальное творческое задание № 2

В произведении А. С. Пушкина «Евгений Онегин» очень ярко показаны две личности Онегин и Ленский, с совершенно разными ценностями, стремлениями и мировоззрениями. Онегин не стерпел того, что, придя на именины Татьяны по приглашению Ленского, он увидел там и Скотининых, и Флянова, всех тех, кого он совершенно не хотел видеть, хотя Ленский говорил, что на именинах будут только свои. Своим поступком Ленский очень разозлил Онегина и тот в свою очередь решил отомстить - начал ухаживать за Ольгой, чем взбесил Ленского. Ленский, не стерпев обиду, вызывает Онегина на дуэль. Дуэль могла не состояться, если бы Онегин извинился перед Владимиром, объяснился с ним. Но зависимость от высшего света не позволила Онегину сгладить ситуацию. Гордыня и малодушие Онегина позволили ему лишить жизни друга, совсем еще молодого человека, который безраздельно доверял ему. Анализируя произведение и в частности конфликт между главными героями можно сказать, что был нарушен принцип терпимости к собеседнику и принцип минимизации негативной информации.

5.9 Тема эссе

Примерное эссе по теме «Умение общаться с людьми – это товар. И я заплачу за него больше, чем за что-либо другое на свете» (Джон Д. Рокфеллер).

Ключевые фразы и словосочетания, которые требуется отразить в ответе: теория межкультурной коммуникации, принципы коммуникации, законы, принципы и правила эффективной коммуникации, теория речевого воздействия, стереотип, коммуникационные барьеры, современные коммуникативные технологии в профессиональной и академической сферах, особенности письменного делового общения,

межкультурная коммуникация в профессиональной сфере, международный протокол, правила проведения переговоров, совещаний.

Казалось бы, что такого в таком, казалось бы, простом на первый взгляд навыке общения с людьми. Только вот автор цитаты, вынесенной в заголовок данного эссе, Джон Рокфеллер, считает этот навык чуть ли не самым дорогим на свете. Но почему? Все же умеют общаться, делают это буквально каждый день помногу раз, так ведь?

На мой крайне субъективный взгляд, проблема современного общения именно в том и заключается, что люди не умеют общаться друг с другом. Хотя, казалось бы, слушай да говори. Вот только люди, как показывает практика, не умеют слушать, да и не особо понимают, как и что нужно говорить.

За примерами далеко идти не стоит. Я готова предположить, что буквально у каждого есть ситуации "недопонимания" в семье, в кругу друзей либо вставьте нужное. И причинами тому являются как-раз слабые навыки межличностного общения между людьми. Ладно уж отсутствие навыков, но также часто встречаются и нежелание слушать или быть услышанным.

Человек может просто на просто слушать "для галочки", ожидая, когда он сможет уже начать о себе любимом, либо о чём-то, что ему действительно интересно. Такая же ситуация с нежеланием быть услышанным, когда ты хочешь скорее устроить скандал или вывести человека на "чистую воду". Причём не обязательно перечисленные ситуации будут осознанными, скорее наоборот они будут подсознательными, и наложились на слабый навык коммуникации усугубят ситуацию. Но ладно с подсознанием, это тема скорее для другого предмета.

Предлагаю задаться вопросом, а почему у современных людей такие плохие навыки межличностного общения. Лично мне виновником сия торжества видится не такая излюбленная всякими снобами из телевизора, которые "болеют за простой народ", как "общение в интернете" или "плохие лидеры мнений". Скорее же проблема будет именно в этих зазнавшихся псевдоинтеллектуалах.

Вы скорее всего уже задаётесь вопросом: "Данил, каким образом условные Соловьёвы влияют на слабые навыки общения среди простого люда А всё просто. Именно с подачи данного типа персон, в школе, в том самом месте, где дети проводят большую часть своего времени, вместо любви и уважения к собственному языку, прививаются муштрование грамматики и неприязнь к сложным грамматическим конструкциям, кои вызывают подсознательный страх вернуться опять к пустой трате "лучшего периода в жизни". Но не единой школой будем едины, человека также воспитывает и среда, в которой живёт человек. На этой фразе уже можно услышать ехидные насмешки, мол знаем как эти ваши блогеры разговаривают. Вот только эти самые блогеры - сами были спровоцированы теми СМИ, теми художественными средствами, теми, уж назовём их современным термином, лидерами мнениями, да что уж там что были тогда. А кто это? А вот те же самые, кто прямо сейчас сидит и задрал нос жалуется. И это, к слову, как раз один из примеров того, где люди не хотят слышать.

Но это всё так, мелочи межличностного размаха, поговорим самую малость о том, как всё перечисленное относится к деловому общению.

Представим себе встречу деловых партнёров. Один из них - это продукт современной, описанной мной эпохи, а его партнёр наоборот, человек будущего, человек, что умеет говорить и умеет слушать. Вот между ними идут переговоры. И тут будет два исхода, либо человек умеющий говорить вскружит голову и все условия его фирмы будут приволированы, либо же человек, не умеющий общаться просто на просто завершит встречу и не будет даже пытаться что-то сделать.

Также стоит отметить, что ситуация усугубляется в тех случаях, когда партнеры происходят из разных культур. То, что в одной культуре будет нормой поведения, в другой может быть совершенно не простительно, что приведет в лучшем случае к недопониманию или просто к легкой нерязости к своему собеседнику, а в худшем – данная

«разница культур» может быть воспринята как оскорбление, что приведет к прекращению диалога и последующего сотрудничества.

Можно привести довольно простой пример. Представим такую ситуацию: представитель условной японской компании встречается со своим русским партнером. При встрече, в японской культуре принято делать поклон, в знак уважения к человеку, у нас же, как я надеюсь всем известно, принято пожимать руку. И в свою очередь, как у японцев, так и у нас, отсутствие подобного жеста в ответ будет воспринято просто запросто за оскорбление.

Также существуют и различия в манерах и стилях общения, которые также делают вклад в недопонимание, но на которых мы не будем останавливаться, дабы не растягивать данное эссе. Даже более того скажу, в предыдущем абзаце была фраза про «протягивание руки» и для нас с вами, представителей одной из европейских культур кажется очевидным, что протянутую руку нужно просто пожать, в то время как для представителя культур востока, может показаться, что мы просто протягиваем руку, без ее пожимания, чтобы поздороваться. Также существует еще великое множество подобных факторов, которые я перечислять, я если честно не вижу смысла.

Закончить же хочу вот какими словами. Как при деловом общении, так и при общении нужно понимать, кто перед тобой, понимать кто перед тобой, примерно понимать в какой социокультурной среде человек жил, за счет чего можно будет лучше подстроиться под человека и плоды коммуникацию будут куда слаще и принесут куда больше выгоды. Не даром ведь «Умение общаться с людьми — такой же покупаемый за деньги товар, как сахар или кофе».

5.10 Вопросы для собеседования (устного опроса).

Примерные ответы на вопросы для собеседования (устного ответа)

1. Межкультурная коммуникация — это обмен информацией, осуществляемый носителями разных культур, причем то, что коммуниканты являются носителями разных культур, значительнейшим образом влияет на их коммуникацию и в некоторой степени определяет ее ход. Теория МКК — дисциплина, изучающая такое взаимодействие.

Теория МКК как самостоятельная научная дисциплина возникла совсем недавно, в середине XX в. Интерес к изучению процессов межкультурной коммуникации, к их теоретическому осмыслению возник прежде всего под воздействием глобализации. Создаются транснациональные корпорации, развивается сфера туризма, усиливаются миграционные процессы, все больше людей вступает в межэтнические браки, усыновление детей из других стран становится все популярнее.

2. По разным подсчетам, существует от 400 до 1200 различных определений культуры. Культура — это совокупность норм, определяющих человеческое поведение и общение, усваиваемых в процессе социализации и воспроизводимых людьми в ходе социальных практик. В этом определении важно, что:

– культура — это совокупность норм, т. е. она определяет, что дозволено, а что нет, что поощряется и что запрещается. Эти нормы разделяются неким обществом, усваивая эти нормы, человек становится его частью;

– культура не является врожденной, культурные нормы усваиваются человеком. Важным качеством культуры является преемственность: индивидуальная (тождественность личности самой себе в ходе ее развития) и коллективная;

– культура двойственна: она является одновременно и результатом деятельности людей, и механизмами, регулирующими эту деятельность.

Культура в таком понимании далеко не исчерпывается набором норм, специфичных для определенного этноса.

3. Приспособление индивида или группы к новой культуре — это и есть процесс

аккультурации. Соответственно выделяют четыре стратегии аккультурации. 1. Ассимиляция — человек полностью включается в новую культуру, теряя при этом связь со своей культурой, отказываясь от нее. 2. Сепарация — отказ от принятия норм иной культуры и сохранение идентификации со своей культурой. 3. Маргинализация — потеря первичной культурной идентичности и отсутствие идентификации с новой культурой. Маргинализация часто является следствием дискриминации со стороны принимающей культуры. 4. Интеграция — это, пожалуй, наиболее удачная стратегия аккультурации. Она предполагает вхождение в новую культуру без утраты первичной культурной идентичности. Она возможна только при взаимном стремлении обеих сторон (представителей культуры-донора и культуры-реципиента) к сотрудничеству, при их взаимоуважении и понимании необходимости сохранения уникальных черт каждой из них.

4. Классификация Герта Хофстеде является одной из самых известных типологий корпоративных культур. Типология организационных культур Г. Хофстеде была разработана в начале 1980-х гг. на основе результатов масштабного исследования, проведенного в разных подразделениях транснациональной компании IBM (опрошено 116 тыс. служащих в 40 странах). Хофстеде предложил 6 параметров для каждой культуры (страны): дистанцированность от власти, индивидуализм — коллективизм, маскулинность — феминность, принятие — непринятие неопределенности, прагматизм, сдержанность. Страна (культура) получает баллы по каждому параметру (от 0 до 100). Классификация полезна при анализе взаимодействий представителей разных культур (стран) в профессиональной сфере, еще одно ее достоинство — описано множество стран.

Эдвард Холл предложил разделить культуры в зависимости от характера использования ими пространства и времени на высококонтекстные и низкоконтекстные, а также культуры с преобладающим монохромным или полихромным использованием времени. Высококонтекстные культуры характеризуются плотностью социальных связей (статус и репутация распространяются на все сферы жизни), личная жизнь не отделена от профессиональной. К странам с высоким контекстом культуры принадлежат Франция, Испания, Италия, страны Ближнего Востока, Япония и Россия. Представители низкоконтекстного типа культуры не просто разделяют частную и общественную жизнь, но и рассматривают каждый сектор своей жизни отдельно. При этом статус и репутация не распространяются автоматически на все сферы жизни. Примеры стран низкоконтекстной культуры: США, Канада, Голландия, Скандинавские страны, Германия и т. д. Представители монохромных культур стремятся четко расписывать свой график и заниматься делами последовательно, приступать к выполнению новой задачи только после выполнения предыдущей. В этих культурах межличностные отношения менее важны, чем выполнение задачи — по крайней мере, в деловой сфере. Монохромными считают США, Англию, Германию, Скандинавские страны. Представители полихромных культур чаще занимаются множеством дел одновременно, четких графиков они не составляют или, по крайней мере, не слишком охотно их придерживаются. Дружеские отношения бывают важнее, чем намеченные сроки, межличностные отношения могут ставиться выше интересов дела. К полихромным культурам Э. Холл отнес культуры латиноамериканских и арабских стран, а также России⁹

Третья классификация — классификация Ричарда Льюиса В основу классификации положена организация деятельности людей во времени. Культуры делятся на: — моноактивные: 1 единица времени = 1 задача. Важны пунктуальность, исполнительность; выполнение задачи — превыше всего. Примеры: немецкая, американская, английская культуры; полиактивные. Для них характерны эмоциональность, гибкость, ориентация на межличностные отношения. Примеры: итальянская, испанская, бразильская культуры; реактивные. Ориентированы на сохранение репутации. Для них характерны вежливость, неконфликтность, терпеливость. Примеры: японская, китайская, корейская культуры.

5. Формула Г.Лассвелла считается классической. По сути, Г.Лассвелл делит коммуникацию на 5 компонентов, он выделяет отправителя, или адресанта (who?), сообщение (what?), получателя, или адресата (to whom?), канал (in which channel?) и последствия, или эффект (with what effect?). В соответствии с этими компонентами выделяют сферы исследования коммуникации: исследование управления коммуникацией (действий отправителя), исследование содержательной стороны коммуникации (сообщения), исследование коммуникативной среды (канала), исследование аудитории (получателя), исследование коммуникативного воздействия (эффекта).

Модель коммуникации, предложенная в конце 40-х гг. американскими математиками Клодом Шенноном и Уорреном Уивером В модели пять основных элементов: источник информации, передатчик, канал, приемник, получатель.

Модель Якобсона. В модели коммуникации или речевого события участвуют адресант и адресат, от первого ко второму направляется сообщение, которое написано с помощью кода, контекст в модели Якобсона связан с содержанием сообщения, с информацией, им передаваемой, понятие контакта связано с регулятивным аспектом коммуникации. Каждому компоненту коммуникации соответствует определенная коммуникативная (языковая) функция, реализация которой зависит от этого компонента.

Модель Хаймса. Наиболее известен перечень, предложенный американским лингвистом Деллом Хаймсом, номенклатура которого удобно

образует акроним SPEAKING: (Scene — сцена (обстановка), Participants — участники; Effect — эффект, Action — ход действия, Key — ключ, Instruments — инструментарий, Norms — нормы, Genres — жанры).

6. При межкультурном общении необходимо учитывать следующее:

– корректно кодировать информацию в основном канале;

– корректно использовать дополнительные каналы коммуникации:

– учитывать значимость различных каналов передачи информации в разных культурах: так, в русской культуре не принята активная жестикуляция, в отличие, например, от испанской, где жест эмфатически усиливает эмоционально не нейтральную информацию, поэтому активное жестикулирование может вызвать у русского собеседника ощущение тревоги, поскольку дополнительная кинетическая эмфаза воспринимается им как чрезмерная, неконтролируемая эмоциональность, готовность к агрессии.

В норме собеседник должен чувствовать себя комфортно, не должен отвлекаться, преодолевать трудности понимания и интерпретации сообщения; не должен ущемляться его социальный статус, самооценка.

7. Постараться вести себя максимально нейтрально: меньше говорить, больше слушать, стараться не проявлять инициативы при изменении дистанции с собеседником, стараться не использовать экспрессивные жесты и мимику. Наблюдать за собеседником, его манерой речи, жестами, мимикой. Обычно мы сами друг другу подсказываем, как нам удобно, чтобы с нами общались. Позвольте своему собеседнику сообщить вам эту информацию.

8. Выбор способа зависит от того, знакомы ли коммуниканты, а также от их лингвокультурной принадлежности. Установить контакт можно с помощью вербальных или невербальных средств.

Вербальные: извинение («Простите, я, кажется, наступил вам на ногу»); информативная фраза («Вы к директору? Его нет, секретарь сказал, что он будет только через час. Я тоже его жду»); информативный вопрос («Не подскажете, как пройти в библиотеку?»); комплимент («Девушка, вы такая красивая! Как вас зовут?»); обращение («Молодой человек!..»); предложение («Вам случайно не нужен билет на концерт “...”?»);

приветствие («Здравствуйте!»); привлечение внимания («Девушка, вы потеряли перчатку!»); просьба («Не могли бы вы перевести меня через дорогу?»).

Невербальные: взгляд, сокращение дистанции, улыбка, физический контакт (касание) и др.

9. Выделяют несколько различных путей формирования стереотипов.

- Стереотипы усваиваются в процессе энкультурации. В любой культуре есть стереотипы в отношении других культур; прежде всего формируются стереотипы в отношении групп людей, с которыми представители данной культуры чаще всего взаимодействуют и/или имеют конфликт (или имели в прошлом).

- Стереотипы формируются в процессе общения со значимыми другими: родственниками, друзьями, учителями, преподавателями и т. д.

- Стереотипы могут возникать в результате личных контактов с отдельными представителями другой культуры.

- Важную роль в возникновении стереотипов играют СМИ.

10. В развитии конфликта традиционно выделяют следующие этапы или периоды: латентный период (на этом этапе происходит постепенное нарастание напряженности, которое, однако, может сопровождаться попытками участников разрешить эту напряженность неконфликтным способом, т. е. предотвратить конфликт); открытый период (на этом этапе происходит углубление первичной конфликтной ситуации, которое, в свою очередь, может вызвать появление других проблемных ситуаций и провоцирующих инцидентов); финальный период (на этом этапе происходит изменение отношения участников конфликта к исходной конфликтной ситуации и, следовательно, к конфликту в целом, в результате чего исходная напряженность спадает и тем самым разрешается конфликт).

11. Обязательность профессиональной коммуникации для её участников вне зависимости от того, какие чувства они друг к другу испытывают. У деловой коммуникации всегда есть цель, в то время как в личной беседе или переписке человек может просто болтать или коротать время. В профессиональных деловых коммуникациях у каждого участника есть конкретная роль, связанная с профессиональными компетенциями. Деловая коммуникация в организации подразумевает хотя бы минимальную подготовку. Хотя бы один участник стремится к тому, чтобы профессиональная коммуникация получилась эффективной, то есть её цель была достигнута.

12. Деловая беседа состоит из пяти фаз: начало беседы; передача информации; аргументация; опровержение доводов собеседника; принятие решений.

13. Схема деловых переговоров: 1) приветствие и введение в проблематику (задача - установление контакта); 2) характеристика проблемы и предложение о ходе переговоров (задача - выявление потребностей сторон); 3) изложение позиций, обмен мнениями (задача - презентация своих идей или предложений); 4) решение проблемы; 5) завершение (задача - закрепление договоренностей).

14. Деловые письма — самый распространенный вид документов предприятия (организации, учреждения), используемых для нужд переписки по весьма широкому кругу вопросов. Деловое письмо — это краткий (как правило, не более 1—2 страниц) документ, касающийся одного вопроса (или нескольких тесно взаимосвязанных между собой вопросов) и предназначенный для осуществления оперативного информационного обмена между предприятиями (организациями, учреждениями), их структурными подразделениями (должностными лицами).

Общие правила включают такие требования к деловому письму (лаконичность, одно письмо — один вопрос, уважительный тон, использование бланков, письмо на языке адресата).

15. Не использовать узкие специализированные термины. Не вносить в деловое письмо длинных сложносочиненных и сложноподчиненных предложений. Стиль изложения должен быть ясным, а предложения — по возможности краткими. Не употреблять обращение на «ты», даже если получатель хорошо знаком. Не прибегать к креативу. Стиль делового письма консервативен.

16. Эффективность коммуникации — это степень соотнесения изначально поставленной цели конечному результату акта коммуникации.

Несколько расширяя данное определение, можно отметить, что эффективность коммуникации представляет собой также отношение результата, полученного от организации коммуникативной деятельности и затратами на его получение.

Сложное и многогранное понятие эффективности коммуникации охватывает широкий диапазон различных эффектов и аспектов, а потому исследуется не только с теоретической точки зрения, но и на практике (иными словами — для каждого конкретного уровня и вида осуществляемой коммуникации).

Эффект коммуникации — это конечный результат осуществлённой коммуникации.

Мнения исследователей относительно того, какие эффекты коммуникации считать основными, разнятся. Так, М.А. Василек к числу эффектов коммуникации относит следующие: утилитарный, эмоциональный, удовлетворение познавательного интереса, усиление позиции индивида, эстетический эффект. В.Б. Кашкин же среди важнейших эффектов коммуникации перечисляет такие как: изменение в знаниях получателя информации, изменение установок (относительно устойчивых представлений индивида), изменение поведения получателя сообщения. Понятие эффекта коммуникации актуально для различных сфер осуществления коммуникаций

17. Коммуникация — понятие, близкое к понятию общения, но более расширенное. Это процесс, в ходе которого происходит обмен информацией между системами в живой и неживой природе. Общение — сложный, многоплановый процесс установления и развития контактов между людьми, порождаемый потребностями в совместной деятельности; включает в себя обмен информацией, выработку единой стратегии взаимодействия, восприятие и понимание партнера. Общение — одна из основных психологических категорий, человек становится личностью в результате взаимодействия и общения с другими людьми. Выделяют 3 стороны общения: 1) коммуникативная; 2) интерактивная — построение общей стратегии взаимодействия; 3) перцептивная — формирование образа другого человека. Коммуникативный акт как и общение анализируется и оценивается по компонентам: 1) адресант — субъект коммуникации; 2) адресат — кому направлено сообщение; 3) сообщение — передаваемое содержание; 4) код — средство передачи сообщения; 5) канал связи; 6) результат — то, что достигнуто в итоге коммуникации. Различают процесс коммуникации и его составляющие акты. В отдельных актах коммуникации реализуются управленческая, информативная, эмотивная и фактическая функции, первая из них — генетически и структурно исходная. По соотношению этих функций условно выделяются: 1) сообщения побудительные — убеждение, внушение, приказ, просьба; 2) сообщения информативные — передача реальных или вымышленных сведений; 3) сообщения экспрессивные — возбуждение эмоционального переживания; 4) сообщения фатические — установление и поддержание контакта.

Кроме того, коммуникационные процессы и акты можно классифицировать и по другим основаниям: 1) по типу отношений между участниками — коммуникация

межличностная, публичная, массовая; 2) по средствам – коммуникация речевая (письменная и устная); 3) паралингвистическая (жест, мимика, мелодия); 4) вещественно – знаковая (продукты производства, изобразительного искусства).

Основные фазы коммуникативного процесса: 1) фаза подготовки к коммуникации; 2) фаза контакта (присоединение к клиенту); позволяет создать климат; 3) фаза ориентации к проблеме, здесь решается вопрос как я настраиваю партнера на себя, коррекция отношений. Важная характеристика коммуникативного процесса – намерение его участников повлиять друг на друга, воздействовать на поведение другого.

18. Одной из причин неэффективности делового общения является наличие коммуникативных барьеров. Они возникают из-за: психологических особенностей партнеров (различий в интеллекте, темпераменте, мышлении и т.п.); социальных, политических, религиозных, национальных, образовательных различий, различий в словарном запасе и лексиконе, различного знания предмета обсуждения.

Можно выделить следующие коммуникативные барьеры: понятийный барьер, барьер восприятия, фонетический барьер. Понятийный барьер возникает, прежде всего, из-за того, что люди в одно и то же слово, термин могут вкладывать различный смысл, в результате каждый говорит о своем, что затрудняет взаимопонимание. Барьер восприятия. Каждый из нас имеет свою картину мира, личный и социальный опыт, свои ценности, через призму которых воспринимает окружающий мир. Фонетический барьер создается из-за особенностей речи говорящего. Учет этого барьера имеет большое значение для эффективного общения.

Коммуникативные барьеры можно преодолеть, если обучиться приемам активного слушания. Основные приемы активного слушания. Прием «Парафраз». Воспроизведение сути высказываний клиента своими словами. При этом можно использовать такие вводные фразы, как: «Итак, вас интересует...», «Самыми важными критериями выбора являются...». Прием «Эхо». Дословное повторение продавцом основных положений, высказанных клиентом. Повторению высказывания клиента должны предшествовать вводные фразы типа: «Насколько я вас понял...», «Вы считаете, что...». Прием «Логическое следствие». Продавец выводит логическое следствие из высказываний клиента. Например, менеджер говорит клиенту: «Если исходить из того, что Вы сказали, Вас интересуют...». Прием «Уточнение». Вы просите уточнить отдельные положения высказываний клиента. Например, менеджер говорит клиенту: «Это очень интересно; не могли бы Вы уточнить...»

Дополнительные приемы активного слушания: кивание (но не в режиме китайского болванчика); использование междометий «да», «ага», «угу» и пр.; поза внимания и заинтересованности (легкий наклон в сторону собеседника, открытая или нейтральная поза, зрительный контакт); отражение эмоций, прием состоит в составлении фразы, отражающей эмоцию, которую испытывает человек в данный момент («вы взволнованны», «вас что то расстроило», «вы так уверенно об этом говорите», «вас заинтересовало» и т.п.); фразы согласия, тождества, понимания: «Вы знаете, мы тоже сначала не были уверены, что эта схема сотрудничества оптимальна, но сейчас смогли убедиться в этом», «Я отлично понимаю, что вы хотите убедиться в этом сами...», «Конечно, многие так считали до начала сотрудничества...».

19. Специфика современной деловой коммуникации (на примере профессии педагога). Основная цель педагогической коммуникации состоит как в передаче общественного и профессионального опыта (знаний, умений, навыков) от педагога учащимся, так и в обмене личностными смыслами, связанными с изучаемыми объектами и жизнью в целом. Педагогическая коммуникация создает условия для реализации потенциальных сущностных сил субъектов педагогического процесса.

Педагогическая деловая коммуникация – способ организации и оптимизации

педагогической деятельности с помощью коммуникативных форм (лекция, беседа, доклад, дискуссия и др.) и речевых конструкций (вывод, критическое замечание, мнение и др.) в зависимости от коммуникативного намерения на основе соблюдения статусных ролей, построенный на принципах кооперативности, целесообразности и качества информации.

Повышение уровня деловой коммуникации будущего специалиста продиктовано необходимостью разработки новых подходов к образованию, развитием профессиональных компетенций, успешное освоение которых позволит построить базу личной и социальной жизни с практическими навыками и умениями реализации в профессиональной деятельности. Сложность и многоуровневость процесса обогащения способов деловой коммуникации будущих специалистов в процессе профессиональной подготовки, многофакторность его развития ставят на повестку дня проблему выработки адекватного теоретико-методического инструментария для ее исследования, в качестве которого выявлен компетентностно-семиотический подход.

20. Если звоните вы, то: 1) в начале разговора необходимо представиться; 2) поинтересоваться, есть ли у собеседника время на разговор; 3) если собеседнику в настоящий момент неудобно говорить, необходимо поинтересоваться, когда лучше ему перезвонить; 4) если у собеседника есть время, кратко изложить суть вопроса (лучше все формулировки продумать заранее) и выслушать его мнение (предложение); 5) если вопрос требует дальнейшего обсуждения, четко обсудить время, место и формат решения вопроса; 6) в конце обязательно нужно поблагодарить собеседника и вежливо попрощаться. Если звонили вы, и связь по каким-либо причинам прервалась, то нужно перезвонить снова.

5.11 Задания для самостоятельной работы

Примерные ответы

№ 1 План ответа на тему «Социокультурный комментарий как способ преодоления конфликтов культур» может иметь следующую структуру:

I. Введение

А. Объяснение темы

Б. Цель работы

В. Методы и источники исследования

II. Конфликты культур

А. Понятие культурного конфликта

Б. Условия возникновения конфликтов культур

В. Последствия конфликтов культур

III. Социокультурный комментарий как способ преодоления конфликтов культур

А. Определение социокультурного комментария

Б. Принципы социокультурного комментария

В. Практическое применение социокультурного комментария

IV. Примеры использования социокультурного комментария в межкультурной коммуникации

А. Деловые переговоры

Б. Международная политика

В. Туристическая индустрия

V. Преимущества и недостатки использования социокультурного комментария

А. Плюсы

Б. Минусы

VI. Заключение

А. Итоги исследования

Б. Значение использования социокультурного комментария в современном мире

В. Перспективы дальнейших исследований

Примечание: данная структура является общей для плана ответа по данной теме и может быть дополнена или изменена в зависимости от специфики задания.

№ 2 План ответа на тему «Символика одних и тех же цветов в разных культурах» может иметь следующую структуру:

I. Введение

А. Объяснение темы

Б. Цель работы

В. Методы и источники исследования

II. Цветовая символика в культуре запада

А. Белый цвет

Б. Черный цвет

В. Красный цвет

Г. Зеленый цвет

Д. Синий цвет

Е. Желтый цвет

III. Цветовая символика в культуре Востока

А. Белый цвет

Б. Черный цвет

В. Красный цвет

Г. Зеленый цвет

Д. Синий цвет

Е. Желтый цвет

IV. Сравнительный анализ цветовой символики в культурах Востока и Запада

А. Общее значение цветов

Б. Различия в символике цветов

V. Заключение

А. Итоги исследования

Б. Значение изучения цветовой символики в разных культурах

В. Перспективы дальнейших исследований

Примечание: данная структура является общей для плана ответа по данной теме и может быть дополнена или изменена в зависимости от специфики задания.

№ 3 План ответа на тему «Способы реализации функции воздействия в сфере информативно-регуляторской лексики» может иметь следующую структуру:

1. Определение термина "функция воздействия".

- Объяснить, что подразумевается под этим термином и какую роль он играет в общении.

2. Рассмотрение применения функции воздействия в информативно-регуляторской лексике.

- Объяснить, что такое информативно-регуляторная лексика и источники ее возникновения.

- Обсудить, какие способы реализации функции воздействия используются в этой сфере лексики. Например, формальные маркеры, как "необходимо", "обязательно", "запрещено", "важно"; лексические приемы, как повторение, усиление, сжатие; механизмы аргументации и т.д.

3. Анализ эффективности способов реализации функции воздействия в информативно-регуляторской лексике.

- Обсудить, какие из перечисленных способов являются наиболее эффективными и почему.

- Привести примеры текстов, где эти способы были использованы и достигли своей цели.

4. Выводы.

- Сделать общие выводы о способах реализации функции воздействия в информативно-регуляторской лексике и их эффективности в достижении целей коммуникации.

№ 4 План ответа на тему «Политическая корректность, или языковой такт» может иметь следующую структуру:

1. Определение термина "политическая корректность".

- Объяснение, что подразумевается под этим термином и как он возник.

2. История развития понятия "языковой такт".

- Рассмотрение истории возникновения и развития термина "языковой такт" и его связи с политической корректностью.

3. Принципы политической корректности.

- Обсуждение основных принципов политической корректности, таких как уважение к различиям в культуре, политических взглядах, сексуальной ориентации и т.д.

4. Правильное обращение с языковыми конструкциями.

- Рассмотрение различных языковых конструкций, которые могут быть оскорбительными или неуместными при общении с определенными группами людей.

- Объяснение, какими фразами или словами нужно заменять оскорбительные и неуместные конструкции, чтобы не унижать людей и не нарушать принципы политической корректности.

5. Положительные и отрицательные аспекты политической корректности.

- Обсуждение плюсов и минусов применения политически корректной речи в общении.

- Рассмотрение примеров, когда политическая корректность может быть уклончивой, неясной или даже вредной для достижения целей коммуникации.

6. Заключение.

- Обобщение основных мыслей, сделанных в работе, и обсуждение перспектив применения политической корректности в будущем.

№5 План ответа на тему «Роль культурных различий в переговорах с зарубежными партнерами» может иметь следующую структуру:

I. Введение

- Определение темы

- Обоснование актуальности темы

II. Культурные различия в переговорах

- Описание культурных аспектов, влияющих на переговоры: язык, обычаи, традиции, менталитет и т.д.

- Выделение основных культурных различий, которые могут возникнуть в переговорах с зарубежными партнерами

III. Последствия неучёта культурных различий в переговорах

- Анализ негативных последствий, которые могут возникнуть в результате игнорирования культурных различий: непонимание, конфликты, упущение возможностей для сотрудничества и т.д.

IV. Как учитывать культурные различия в переговорах

- Описание методов и приёмов, которые помогают учитывать культурные различия в переговорах: изучение культуры и менталитета партнера, адаптация коммуникации, использование переводчика и т.д.

- Примеры успешных международных переговоров, в ходе которых были учтены культурные аспекты и достигнуты взаимовыгодные условия сотрудничества.

V. Заключение

- Подведение итогов важности учёта культурных различий в переговорах с зарубежными партнерами

- Предложение рекомендаций для исключения возможных непониманий и проблем в процессе переговоров.

№ 6 План ответа на тему «Стадии международных переговоров» может иметь следующую структуру:

I. Введение

- Определение темы

- Обоснование актуальности темы

II. Подготовительная стадия международных переговоров

- Выбор стратегии переговоров, определение целей и интересов

- Изучение представлений партнеров, их потребностей и ожиданий

- Оценка ситуации на рынке, оценка конкурентов, риски и возможности

III. Прямая стадия международных переговоров

- Установление контакта и начало общения

- Выявление позиций и интересов собеседников

- Обсуждение деталей и договаривание условий сотрудничества

- Достижение соглашений и подписание договоров

IV. Постпереговорная стадия международных переговоров

- Подготовка к реализации договоренностей

- Контроль за выполнением условий соглашений

- Отслеживание ситуации на рынке и среди конкурентов

- Поиск новых возможностей для сотрудничества

V. Заключение

- Подведение итогов по стадиям международных переговоров

- Определение ключевых моментов, которые помогают успешно провести переговоры

- Предложение рекомендаций для улучшения процесса международных переговоров.

№ 7 План ответа на тему «Вербальные помехи в коммуникации» может иметь следующую структуру:

I. Введение

- Определение концепции вербальных помех.
- Важность понимания проблемы вербальных помех для успешной коммуникации.

II. Основные виды вербальных помех

- Шумы восприятия: физические помехи (шум, радиоинтерференция) и психологические помехи (ослабление внимания, забывчивость).

- Ошибки восприятия: переинтерпретация информации по своему опыту и знаниям, сужение внимания, дальтонизм.

- Шумы передачи: искажение информации в процессе передачи (нарушение грамматической правильности, лексические ошибки, недостаточная информативность).

- Ошибки приема: непонимание, неправильная интерпретация, экстренная сертификация.

III. Последствия вербальных помех

- Неверное понимание сообщений и информации.
- Конфликты из-за недопонимания.
- Упущение важной информации.
- Ошибки в деловой деятельности.
- Потеря времени и ресурсов на устранение ошибок.

IV. Способы преодоления вербальных помех

- Точный и грамотный язык.
- Структурирование информации и использование ясных описаний.
- Проверка понимания информации со стороны получателя.
- Использование средств визуализации и демонстрации информации.
- Задание вопросов и попытка понять точку зрения другой стороны.
- Избегание использования жаргона и терминов, которые могут быть непонятны собеседнику.

V. Заключение

- Выводы о важности умения овладеть навыками преодоления вербальных помех.
- Подчеркивание необходимости развития этих навыков в профессиональной и личной жизни.

№ 8 План ответа на тему «Невербальные компоненты коммуникаций» может иметь следующую структуру:

I. Введение

- Определение концепции невербальной коммуникации.
- Важность понимания роли невербальных компонентов коммуникации для успешной коммуникации.

II. Основные виды невербальной коммуникации

- Жесты и мимика: использование жестов и мимики для выражения своих мыслей и эмоций.

- Голос: тон голоса, скорость и громкость речи, интонация.

- Внешний вид: одежда, прическа, макияж и т.д.

- Контакт глазами: наличие очной контакта может свидетельствовать о доверии и интересе к собеседнику.

- Расстояние между собеседниками: расстояние нарушается в зависимости от настроения, степени близости отношений и т.д.

- Текстильные коммуникации: использование символов, значений и т.д.

III. Значимость невербальной коммуникации

- Она усиливает и дополняет вербальное общение, позволяет удерживать внимание собеседников.

- В некоторых ситуациях невербальная коммуникация может быть единственным способом общения (например, при взаимодействии с глухими).

- Невербальные компоненты могут сообщать о личности, эмоциях и статусе человека.

- Знание невербальных компонентов позволяет лучше понимать собеседников и лучше управлять своим имиджем.

IV. Способы налаживания невербального общения

- Следить за своей мимикой, жестами, голосом.

- Более внимательно воспринимать жесты и мимику собеседника.

- Использовать невербальные сигналы для поддержания контакта глазами, регулирования дистанции между собеседниками и т.д.

- Учитывать культурные различия в невербальной коммуникации.

V. Заключение

- Выводы о важности умения овладеть навыками невербальной коммуникации.

- Подчеркивание необходимости развития этих навыков в профессиональной и личной жизни.

№ 9 План ответа на тему «Критерии успешности межкультурного общения и пути его оптимизации» может иметь следующую структуру:

I. Введение

- Определение понятия "межкультурное общение".

- Важность обсуждаемой темы в условиях глобализации и все более многонациональных коммуникаций.

II. Критерии успешности межкультурного общения

- Понимание культурных различий: умение понимать, уважать и адаптироваться к культуре собеседника.

- Эффективность коммуникации: способность формулировать мысли ясно и точно, выбирать соответствующий уровень стиля.

- Развитие отношений: способность налаживать отношения с людьми из разных культур, проявлять взаимоуважение и доверие.

- Снижение культурных барьеров: понимание причин возникновения культурных конфликтов и умение их решать.

III. Пути оптимизации межкультурного общения

- Изучение культуры собеседника: знание основных культурных концепций, убеждений, языка и традиций для более успешного взаимодействия.

- Уважение культурных различий: умение выражать уважение к культуре собеседника, не брать на себя роль "мастера всего" и не настаивать на своих взглядах.

- Более тонкая и вдумчивая коммуникация: использование языковых и невербальных средств коммуникации для создания эффективного диалога между людьми из разных культур.

- Понимание своих культурных барьеров: узнавание собственных предпочтений, верований, стереотипов и их влияния на взаимодействие с людьми других культур.

- Развитие навыков межкультурной коммуникации: посещение тренингов и курсов, участие в межкультурных проектах и программах обмена.

IV. Заключение

- Выводы о важности умения овладеть навыками межкультурной коммуникации в условиях глобализации и международного сотрудничества.

- Подчеркивание необходимости развития этих навыков в профессиональной и личной жизни, в том числе в социокультурной и дипломатической сферах.