

**Психология делового общения
(элективный курс в рамках профильной подготовки
школьников)**

**Движение по
ступеням
карьеры
предполагает
высокую
осведомленность
в психологии
людей.**



Техника установления контакта. Способы расположить к себе людей.

- **Лекция.**

Умение расположить к себе собеседника, приемы организации делового общения. Первое впечатление «Эффект ореола».

- Самодиагностика знаний и умений по теме занятия.

- **Практическое занятие.**

- *.Самопрезентация.*

Тренинг. «Комплимент».

- **Контроль.** Самодиагностика.

Оценка домашнего задания по составлению резюме.

Актуальна ли для Вас предложенная тема ?

Самодиагностика №1.

- *Графическая самооценка:*

а) умения устанавливать деловые
КОНТАКТЫ

б) умения располагать к себе людей.

Движение по ступеням карьеры
предполагает высокую
осведомленность
в психологии людей.

Первое впечатление

становится определенным внутренним

предубеждением, установкой,

которую трудно разрушить, от которой

НЕВОЗМОЖНО ОТКАЗАТЬСЯ!

Первое впечатление

*Требуются считанные секунды,
чтобы произвести первое впечатление,
и
вся оставшаяся жизнь,
чтобы его исправить.*

- Особое внимание обращают на первые 10 секунд общения,
- потому что человек в эти секунды еще не в «роли» и является тем, кто он есть на самом деле.

Наиболее существенно за это время:

- Хорошо ориентироваться в ролях
- Состояниях и особенностях личности
- Намерениях собеседника.

Источником информации о них служат внешность партнера по общению, его речь, его поступки, особенности невербального поведения.

При восприятии людьми друг друга часто возникают различные эффекты и феномены.

Эффект «Ореола» может стать как положительной, так и отрицательной установкой восприятия.

Эффект «Ореола»

заключается в том,
что любая информация, получаемая о каком-
то человеке,
*накладывается на образ, который
уже был ранее создан.*

Этот образ и выполняет роль «ореола»,
мешающего видеть черты партнера по
взаимодействию

Эффект «ореола» приводит к общей личностной переоценке.

Поэтому если первое впечатление о человеке в целом **благоприятно**, то в дальнейшем все его **поведение, черты, поступки начинают переоцениваться.**



При этом, мы отмечаем и преувеличиваем в основном лишь **положительные моменты**, а **отрицательные как бы недооцениваем или не замечаем.**

Механизм появления ошибок в «Ореоле».

- *Человек превосходит нас в чем-то*

Мы замечаем один параметр, а переоцениваем или недооцениваем его по многим параметрам.

- *Нам нравится его внешность*

Мы считаем его более хорошим, умным, интересным и т.д. по тем параметрам, которые для нас важны.

- *Как он к нам относится (каузальная атрибуция – причинное приписывание).*

Мы приписываем причины чужим поступкам, что приводит к ошибке в оценке личности.

Мы не учитываем, что его поведение может быть вызвано внешними обстоятельствами.

Чтобы избежать ошибок от эффекта «Ореола» рекомендуют:

- Подумать или спросить у человека:
Почему он так поступает?
- Определить какие здесь причины?
(внутренние или внешние).
- Обсудить позиции каждого из партнеров.

Умело пользуйся этим эффектом!

- Потихоньку создавая хорошую репутацию в глазах друг друга людям, которые тесно связаны между собой: коллегам по работе, учебе, друзьям в компании – мы через некоторое время обнаружим, что нас окружают **только хорошие люди, которые прекрасно ладят между собой и великолепно к нам относятся.**

Графическая самодиагностика № 2.

**Предлагаю вам оценить свои:
представления (что Вы знаете) и
свои навыки (умеете ли)
устанавливать деловые контакты.**

Практическая работа.

Задания для работы по микрогруппам.

Группа №1.

1. Изучите перечень этапов подготовки к собеседованию.

2. Дайте свой вариант ответа.

Можно нужную информацию выбрать из:

а) «Правил поведения на собеседовании»

в) «Индикаторов уверенного и неуверенного поведения».

Задания для группы №2.

1. Техника телефонного разговора.

- Как подготовиться к деловому телефонному разговору (*сделайте об этом короткое сообщение*).
- Придумайте и разыграйте ситуацию телефонного разговора с работодателем.

2. Техника письменного делового общения.

- Изучите рекомендации по составлению резюме (*сделайте об этом короткое сообщение*).
- Составьте свой вариант написания письма к работодателю.

Задания для группы № 3.

- **1. Изучите материалы и сделайте короткое сообщение об имидже.**
- **2. Придумайте пример имиджа «Успешного делового человека» (мужчины и женщины) конкретной профессии.**
-

Задание для группы №4.

Изучите материалы и сделайте короткое сообщение:

- **об искусстве делать комплименты**
- **о механизме комплимента и типах**
- **технологии и требованиях**

Причины, названные в качестве оснований для отказа в работе.

- Жалкий внешний вид
- Манеры всезнайки
- Неумение изъясняться
- Отсутствие плана карьеры
- Чрезмерная концентрация на деньгах
- Плохая успеваемость, нежелание учиться
- Нежелание начать снизу
- Самооправдывание
- Недостаток вежливости
- Недостаточная зрелость
- Презрительные отзывы о прежних работодателях
- Дезадаптированность в обществе
- Недостаточная живость
- Нежелание смотреть в глаза
- Вялое рукопожатие
- Нерешительность
- Неудачная семейная жизнь
- Неряшливость
- Нет целей
- Желание работать временно
- Недостаточное чувство юмора
- Подчеркивание того, с кем имеет знакомство
- Узость интересов
- Опоздание на интервью
- Ничего не знает о том месте, куда поступает
- Неопределенность ответов

Чтобы повысить эффективность своих разговоров по телефону, вам необходимо срочно научиться:

- Сразу понимать, с кем говоришь и как следует говорить.
- Вести, а не быть ведомым, управлять, а не быть управляемым.
- Ускорять или оттягивать завершение разговора по своей воле.
- Сводить к минимуму вероятность отказа со стороны собеседника.
- Получать информацию при нежелании собеседника ее выдавать.
- Не давать информации при давлении собеседника с целью ее вытянуть.
- Легко, внятно и безопасно отказывать.

С помощью правильно подобранной одежды Вы можете :

- Создать благоприятное впечатление
- Вызвать доверие
- Скорректировать имидж.

Помните рекомендации специалистов:

- В первую очередь важен силуэт (в деловой высокостатусной одежде он приближается к прямоугольнику с подчеркнутыми углами)
- Важна цветовая гамма (желательно не более трех тонов, желательно одного спектра)
- Качество одежды, частота встречаемости и ее соотношение с модой говорят о цене