|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Дата урока** | **Учебные материалы** | **Задание** | **Выполнить до** |
|  |  |  |  |
| 14.02.2022 | Индивидуальный проект | Тема «Стратегии группового воздействия»Выучить конспект.  | До 20.02.2022 |
| 07.02.2022 | Индивидуальный проект  | В тетради записать тему «Формы и принципы делового общения», прочитать ниже теоретический материал.Выучить изученный теоретический материал.Домашнее задание - Составить социально-психологический и мораль­но-этический**портрет**современного **идеального учителя** **(какими качествами он должен обладать, чтобы преуспеть в деловом общении с учениками, коллегами, родителями)** | До следующего урока  |

**Тема: Стратегии группового взаимодействия**

 **Ход урока**

**1.Орг.момент**

**2.Актуализация знаний**

**3.Изучение нового материала**

***Групповая коммуникация****-*это коммуникация 3-9 человек, организованная для самостоятельного принятия этой группой людей решения по тем или иным вопросам.

**ПРОЦЕДУРА ОБСУЖДЕНИЯ**

Групповая работа может быть эффективной, если участники принимают определенную процедуру обсуждения и следуют ей. ***Процедура обсуждения***- это порядок обсуждения вопросов и порядок принятия решения по каждому вопросу.

***Когда можно считать, что порядок обсуждения вопросов установлен?***

Когда определено, какие именно вопросы следует обсудить, чтобы достичь цели обсуждения.

***Когда можно считать, что порядок принятия решения по каждому вопросу установлен?***

**СОДЕРЖАНИЕ ОБСУЖДЕНИЯ**

Групповое обсуждение требуется тогда, когда нет очевидного решения. Поэтому

предлагаемые решения требуют обсуждения. Обсуждение эффективно, если соблюдены следующие условия:

•***человек, который предлагает идею (решение), может ее объяснить:***

* изложить и аргументировать,
* убедиться в том, что идея понятна другим участникам обсуждения (спросить их об этом и переформулировать свою идею другими словами в случае необходимости);

•***предложенная идея (решение) другими участниками группы обсуждается:***

Уточняется (участники группы задают вопросы на прояснение деталей или пытаются переформулировать идею своими словами),

принимается или отвергается аргументированно,

* дополняется и развивается;

•***идеи сравниваются с позиции соответствия цели групповой работы.***

**ОШИБКИ ПРИ ОРГАНИЗАЦИИ ГРУППОВОЙ РАБОТЫ**

***Когда можно уверенно сказать, что групповое обсуждение не удалось?***

- когда вопросы для обсуждения не имеют отношения к цели работы;

- когда решения по всем вопросам не приняты. ***Когда можно утверждать, что у группы большие проблемы?***

* когда все идеи предлагал и решения принимал один человек, а остальные при этом присутствовали;
* когда члены группы постоянно обсуждали посторонние темы;
* Когда члены группы перебивали друг друга, не давали друг другу высказаться;
* когда группа игнорирует предложения отдельных ее членов;
* когда группа не следит за временем.

**Процесс группового принятия решения состоит из четырех этапов:**

1. Установление фактов (групповое интервью).

2. Оценка фактов (мнения по поводу установленных фактов).

3. Поиск решения (брейнсторминг).

4. Стадия принятия решения

**Первый этап**: основная задача заключается в сборе данных. Этот этап носит исключительно фактический и объективный характер. На этом этапе участники совместного обсуждения стараются воздерживаться от оценки собираемых фактов. Наиболее распространенный метод сбора всей совокупности мнений в группе по определенному вопросу – *групповое интервью.* Эффективность проведения группового интервью зависит от тщательности подготовки:

* заранее оповестить всех членов группы о целях группового обсуждения, четко обозначить тему;
* выбрать удобное для всех время обсуждения, установив продолжительность около 1,5 часов;
* обеспечить физический и психологический комфорт (желательно иметь круглый стол, должны отсутствовать посторонние наблюдатели и т.д.).

Задачей интервьюера (проводящего групповое интервью) является, с одной стороны, контроль за групповой динамикой, с другой – направление группы на достижение поставленной цели. Для этого он должен способствовать активному участию каждого члена группы в обсуждении поставленных задач. Этому способствует личное поведение интервьюера. Он не должен ни в коем случае подавлять группу, стараться избегать высказывать собственное мнение или какое-либо суждение по поводу деятельности группы. Он должен ограничиться тем, чтобы направлять в нужное русло выступления участников и вносить в них ясность. Этому способствует применение некоторых психотехнических приемов:

1) Хорошим способом «разговорить» участников интервью является *повторное изложение* аффективного содержания сказанного. Этот повтор должен быть как можно более объективным, следует избегать всякой оценки, чтобы не возникло сопротивление в группе.

2) Для прояснения высказываний отдельных участников группы, полезно задавать дополнительные вопросы, сформулированные в открытой форме, что облегчает процесс самовыражения для опрашиваемых.

3) Если в ходе интервью один из участников задает вопрос ведущему, то он может «*переадресовать*» этот вопрос всей группе или самому этому участнику (в первом случае это будет вопрос-эстафета, во втором – вопрос-эхо).

4) По мере завершения обсуждения отдельных пунктов ведущий должен подводить некоторый *итог* сказанному*.* При необходимости он может обратить внимание участников на спорные моменты, но цель его не в том, чтобы привести всех к единому мнению, а подвести промежуточный итог.

**Второй этап** носит оценочный, диагностический характер. Участники имеют возможность говорить все, что они думают о собранных данных. Руководитель собрания в это время только регистрирует высказываемые мнения. Приступать к поиску решений проблемы на этом этапе еще преждевременно. Поиск решения происходит на третьем этапе.

**Третий этап:** брейнсторминг (мозговой штурм) – поиск решения проблемы. На этом этапе ни ведущий, ни участники не должны критиковать мнение других участников. Группа должна высказывать максимальное количество идей по поводу одной конкретной проблемы.

Процесс протекания брейнсторминга включает три фазы:

1. Вступительная фаза, длительностью примерно 15 минут. За это время ведущий сообщает информацию о методе, правилах и четко излагает вопрос, требующий решения.
2. Основная, узловая фаза брейнсторминга, длится около часа. Наиболее творческая стадия, когда активность участников максимальна и идеи высказываются свободно.
3. Заключительная фаза. Ведущий сообщает, что высказанные идеи будут доведены до сведения специалистов, способных оценить их с точки зрения их реального применения. Если у участников возникнут еще какие-либо идеи позже, они смогут изложить их в письменном виде в течении суток.

Наибольший успех брейнсторминга возможен при соблюдении следующих условий:

* группа должна включать в себя не более 10 человек;
* статус участников должен быть примерно равным;
* в группе должно быть всего несколько человек, сведущих в рассматриваемой проблеме, чтобы предоставить полный простор воображению участников;
* обсуждение должно проходить в комфортной и непринужденной обстановке, для того, чтобы участники чувствовали себя свободно. Кресла должны быть расположены по кругу, стол не обязателен;
* участники должны обращаться друг к другу по именам;
* руководитель не должен подавлять группу, однако именно он направляет ее работу;
* на брейнсторминге помимо основных участников необходимы наблюдатели «за кругом», которые должны фиксировать *все* что говорится без разбору,но не вмешиваться в работу группы. В некоторых случаях руководитель сам фиксирует на доске высказывания участников.

**Четвертый этап** – это стадия принятия решения. Предложенные решения группа сопоставляет с установленным на втором этапе «диагнозом», происходит своеобразный перебор вариантов решения, их сопоставление и выбор наиболее оптимального из них. Обычно при обсуждении на этом этапе присутствует также около десяти человек. Ведущий обозначает на доске план обсуждения, фиксирует все поступающие предложения, а также обсуждение каждого предложения в отдельности.

В значительной степени успех группового принятия решения зависит от деятельности ведущего, направляющего работу всей группы. Он должен создавать атмосферу доверия и способствовать сотрудничеству участников группы. Для этого необходимо постоянно создавать условия и поощрять свободное выражение идей, чувств и установок, не мешать говорить и уметь слушать, принимать проявляемые участниками чувства и самому уметь их выражать.

**«ПИРАМИДА»**

Вся полнота принятия решений принадлежит сильному признанному лидеру, с мне­нием и авторитетом которого считаются все остальные члены команды. В своей деятельно­сти члены группы руководствуются общей целью, но основную линию командной работы определяет лидер. Группой согласуются только самые важные моменты. За каждым членом группы закреплена определенная роль, при этом возможно, что лидер присваивает кому-то определенную роль в интересах дела. В группе жесткая дисциплина - беспрекословное под­чинение лидеру. Общие ценности ставятся выше индивидуальных, рабочие моменты - важ­нее эмоционального общения. Девиз команды: «Дело прежде всего!». Контроль за ходом работы и выполнением задач осуществляется лидером, который берет на себя большую часть ответственности за коллективный результат.

**«ВЕСЫ»**

Внутри команды появляются, как правило, две малые группы, которые образуются исходя из личных симпатий участников или из особенностей содержания совместной рабо­ты. В этом случае два лидера (редко - больше) объединяют каждый вокруг себя определен­ное число участников команды, которые берут на себя ответственность за определенный участок работы. При этом каждый член команды понимает свою роль и следует ей на про­тяжении всей работы. Текущие рабочие вопросы согласовываются членами обеих малых групп без участия лидеров. Для достижения общего результата группы внутри команды должны сверять свои промежуточные результаты, согласовывать свои действия на каждом этапе работы.

**«ЗВЕЗДА»**

В группе несколько лидеров или все члены команды пользуются равным авторите­том. Все члены команды - хорошие профессионалы, они сами выбирают наиболее подхо­дящую для себя командную роль и легко меняют роли в процессе работы. Все идеи выска­зываются «равномерно» разными участниками группы, решения практически всегда обсуж­даются и принимаются совместно (даже если вопрос носит частный характер). Всем известен порядок согласования совместной деятельности. Любые правила и нормы легко пересмат­риваются и переопределяются, если это необходимо для работы. Интересы дела для членов группы являются ведущими, при этом они стремятся к гармонии деловых и межличностных отношений. Состав группы устойчив, члены команды готовы к любым проблемам в совмест­ной деятельности. Ответственность распределяется равномерно между всеми, каждый член команды способен к самоконтролю.

**Тема урока** «Деловое общение»

**Цели и задачи:**

1. Познакомить понятием «деловое общение» и его видами
2. Формировать умение участвовать в дискуссиях и спорах
3. Отрабатывать навык эффективного участия в решении спорных вопросов
4. Развивать умение работать в группе.
5. Воспитывать у терпимость, ответственность, доброжелательность, коммуникативные способности.

**Тип урока :**комбинированный.

**Методы проведения урока:**беседа, объяснение, показ презентации, просмотр видео сюжета, групповая работа студентов, самостоятельная работа учащихся, решение ситуационных задач

**Оборудование:**  план-урока, мультимедиа, раздаточный материал для студентов

**План урока:**

1. **Деловое общение и его виды.**
2. **Вербальные и невербальные средства делового общения.**

**Ход урока**:

В жизни каждый человек большую часть времени проводит в деловой среде: в школе, на производстве, в учреждениях, общественных местах и т. п.

Люди постоянно общаются между собой – с начальниками и подчиненными, с учителями и родственниками, с продавцами, соседями и т.д. Мы постоянно пытаемся кого-то в чем-то убедить или разубедить, уговорить или отговорить.

1. **ДЕЛОВОЕ ОБЩЕНИЕ И ЕГО ВИДЫ**

***Деловое общение*** – вид общения, при котором происходит обмен деятельностью, информацией и опытом. Деловое общение отличается от общения в широком смысле тем, что в его процессе **ставятся цель и кон­кретные задачи,**которые требуют своего решения.

**Функции**делового общения:

* организация совместной деятельности;
* формирование и развитие межличностных отношений;
* познание людьми друг друга;
* информативная, коммуникативная, воспитательная, нравственно-психолгическая и др.

*Первое впечатление: не всегда верно, но всегда устойчиво*

Как вы думаете: за какое время один человек составляет свое первое впечатление о другом? В течение первых 60 – 90 секунд в нашем подсознании создается образ человека. Надежность визуального оценочного метода составляет около 80%.

Аксиома публичного выступления гласит: у оратора никогда не будет второго случая произвести первое впечатление. Первое впечатление содержит эмоциональный и оценочный компоненты. Исследования подтверждают, что в 75 % случаев первое впечатление оказывается верным.

Что фиксируется при формировании первого впечатления:

* Внешний облик.
* Оформление внешности.
* Экспрессия, внешняя выразительность.
* Выполняемые действия.
* Предполагаемые качества личности.

Первое впечатление складывается на основе вербальных (то, что мы говорим), вокальных (то, как мы говорим) и визуальных (то, как мы при этом выглядим) компонентов общения.

***О приемах установления контакта:***

улыбка, доброжелательный взгляд;

приветствие, включающее рукопожатие и слова;

обращение к партнеру по имени-отчеству, с этой целью – представление, знакомство, обмен визитными карточками;

проявление дружеского расположения, использование для этогошутки, юмора, комплиментов, видимого участия;

подчеркивание значимости партнера, фирмы, которую онпредставляет, проявление уважения к нему, демонстрируемоесловами, мимикой, жестами, позой, организацией пространственнойсреды;

открытое признание достоинств вашего партнера.

Вербальные компоненты – это смысл первых 10 слов, в число которых входят слова приветствия, представление себя, передача вашего отношения к встрече. Обязательно произносится и имя человека, на которого вы хотите произвести хорошее первое впечатление.

Вокальные компоненты – то, как мы говорим эти слова: скорость, интонация, тембр, громкость, ударение, ритмика. Для каждого слова существует только один способ его написания и более сотни различимых на слух и по смыслу вариантов его произнесения. Вокальная гибкость придает семантическое многообразие одним и тем же словам.

**Например**, обратите внимание на то, как меняется смысл.

"***Я****должен получить эту работу*". (Я должен получить эту работу, а не вы.)

"*Я****ДОЛЖЕН****получить эту работу*". (Я должен получить эту работу, а не сделать что-то другое.)

"*Я должен****ПОЛУЧИТЬ****эту работу*". (Я должен получить эту работу, а не отклонять предложение или критиковать его).

"*Я должен получить****ЭТУ****работу*". (Именно эту, а не какую другую.)

"*Я должен получить эту****РАБОТУ***". (Хотя она мне и не нравится.)

**Задание 1.**

Произнесите фразу с разными интонациями.

1. Умница! Молодец! (с благодарностью, с восторгом, иронично, огорченно,

гневно)

2. Я этого никогда не забуду (с признательностью, с обидой, с восхищением,

с гневом).

3. Спасибо, как это вы догадались! (искренне, с восхищением, с

осуждением).

4. Ничем не могу вам помочь (искренне, с сочувствием, давая понять

бестактность просьбы).

5. Вы поняли меня? (доброжелательно, учтиво, сухо, официально, с угрозой).

6. До встречи! (тепло, нежно, холодно, сухо, решительно, резко,

безразлично).

7. Это я! (радостно, торжественно, виновато, грозно, задумчиво, небрежно,

таинственно).

8. Я не могу здесь оставаться (с сожалением, значительно, обиженно,

неуверенно, решительно).

9. Здравствуйте! (сухо, официально, радостно, грозно, с упреком,

доброжелательно, равнодушно, гневно, с восторгом).

К визуальным компонентам (то, как мы выглядим в процессе общения), на которые следует обращать внимание, относятся: мимика, взгляд, жесты, осанка, одежда. Многое из того, что вы хотите сказать, вы можете выразить своими жестами, одеждой и манерой поведения.

*Внешний вид человека*

Одежда, которую вы носите, говорит окружающим людям о многом.

Люди формируют свое мнение о вас **в течение первых же секунд**, просто бросив взгляд - даже до того, как вы откроете рот.

Устраиваете вы деловую презентацию, произносите речь, отвечаете на вопросы в телевизионном интервью, выступаете перед коллегами по работе - в любом случае очень важно, какое**первое впечатление** вы производите.

Если ваша внешность привлекательна, то вы можете склонить аудиторию на свою сторону еще до того, как произнесете первое слово. Точно так же можно оттолкнуть от себя людей, если ваш внешний вид, скажем мягко, не совсем уместен.

**Виды делового общения.**

 Виды коммуникаций в деловом общении можно разделить на следующие группы.

1. **Вербальные.** В качестве таких коммуникаций используется человеческая речь, с помощью которой передается основная часть информации.
2. **Невербальные коммуникации** – это обмен информацией с помощью жестов и мимики. Они позволяют поддерживать психологический контакт между собеседниками. С помощью невербальных средств общения обмен информацией приобретает эмоциональную окраску. Такой вид коммуникаций в большинстве случаев не поддается контролю со стороны говорящего и реализуется на подсознательном уровне.

**2. ВЕРБАЛЬНЫЕ СРЕДСТВА ДЕЛОВОЙ КОММУНИКАЦИИ**

По способу обмена информацией различают устное и письменное деловое общение.

**Устные** виды делового общения, в свою очередь, разделяются на монологические и диалогические.

**К монологическим видам относятся:**

**Приветственная речь**;

**Торговая речь** (реклама);

**Информационная речь**;

**Доклад**(на заседании, собрании).

**Диалогические виды:**

**Деловой разговор** - кратковременный контакт, преимущественно на одну тему.

**Деловая беседа** - продолжительный обмен сведениями, точками зрения, часто сопровождающийся принятием решений.

**Переговоры** - обсуждение с целью заключения соглашения по какому - либо вопросу.

**Интервью** - разговор с журналистом, предназначенный для печати, радио, телевидения.

**Дискуссия**;

**Совещание**(собрание);

**Пресс-конференция**.

**Контактный деловой разговор** - непосредственный, "живой" диалог.

**Телефонный разговор** (дистантный), исключающий невербальную коммуникацию.

**Письменные**виды делового общения - это многочисленные служебные документы: деловое письмо, протокол, отчет, справка, докладная и объяснительная записка, акт, заявление, договор, устав, положение, инструкция, решение, распоряжение, указание, приказ, доверенность и др.

***По содержанию деловое общение может быть разделено на:***

* **Материальное** - обмен предметами и продуктами деятельности;
* **Когнитивное** - обмен знаниями;
* **Мотивационное** - обмен побуждениями, целями, интересами, мотивами, потребностями;
* **Деятельностное**- обмен действиями, операциями, умениями, навыками.

***По средствам общения возможно деление на такие четыре вида:***

* **Непосредственное** - осуществляемое с помощью естественных органов, данных живому существу: руки, голова, туловище, голосовые связки и т.д.;
* **Опосредованное -**связанное с использованием специальных средств и орудий;
* **Прямое -**предполагает личные контакты и непосредственное восприятие друг другом общающихся людей в самом акте общения;
* **Косвенное -**осуществляется через посредников, которыми могут выступать другие люди.

**Домашнее задание.**

- Выучить изученный теоретический материал.

Составить социально-психологический и мораль­но-этический**портрет**современного **идеального учителя**

**(какими качествами он должен обладать, чтобы преуспеть в деловом общении с учениками , коллегами, родителями)**:

*НАПРИМЕР:* социально-психологический и мораль­но-этическийпортрет  предпринимателя

1. Инициативность и способность вести поиск.

2. . Упорство и настойчивость.

3.  Готовность к риску.

4.  Ориентация на эффективность и качество.

5.  Вовлеченность в рабочие контакты.

6.  Целеустремленность.

7.  Стремление быть информированным.

8.  Умение систематически планировать и наблюдать

9.  Способность устанавливать связи и убеждать.

10. Уверенность в своих силах и независимость.