

The background is a dark blue gradient with a subtle pattern of white dots. Overlaid on this are several semi-transparent, light blue circular elements. On the left side, there is a large circular scale with tick marks and numbers ranging from 140 to 260. Other circular elements include dashed lines, solid lines, and arrows, some pointing clockwise and some counter-clockwise, suggesting a process or cycle.

НАВЫКИ УСПЕШНОГО КОММУНИКАТОРА

ВЫПОЛНИЛА: КЕНЗИНА ШУРАЛАЙ

41ГРУППА ДО

Роль общения.

С помощью общения люди: обмениваются информацией, представлениями, идеями, интересами, настроениями и даже чертами характера; усваивают общественный опыт, что позволяет расширять личный опыт. Общение создает чувство единства и важно для выполнения общих задач. Для отдельного человека оно полезно тем, что развивает чувство: соперничества, сопереживания, содействия, сочувствия.

Функции общения:

- **Инструментальная** – способ социальных взаимоотношений, направленный на получение и передачу информации, необходимой для выполнения определенных действий в каждой конкретной ситуации. Такое общение не направлено на получение удовлетворения от контакта, а используется как процесс обмена некими сведениями.
- **Трансляционная** – используется для передачи точных приемов деятельности, выражения мнения и оценки того или иного события либо явления.
- **Интегративная** – средство коммуникации и объединения партнеров в процессе совместной деятельности.
- **Информационная** – служит для восприятия и трансляции информации.
- **Контактная** – необходима для установления связей в условиях взаимной готовности партнеров общения к обмену сведениями.
- **Осмысления** – включает в себя не только восприятие информации, но и ее понимание всеми участниками акта общения.
- **Амотивная** – пробуждение у партнера требуемого эмоционального отклика на передаваемые сведения, изменение уже имеющихся чувств и состояний.
- **Познавательная** – помогает аккумулировать информацию в процессе общения с людьми, способствует установлению взаимопонимания в социальной группе, компенсирует недостаток знаний у некоторых членов сообщества.
- **Общественно-психологического отклика** – проявляется в том, что информация, воспринятая и обработанная одним членом социальной группы, становится средством взаимовлияния и обмена со всей группой.

ЭТАПЫ ПРОЦЕССА КОММУНИКАЦИИ

1 этап - зарождение идеи.

Обмен информацией начинается с формулирования идеи или отбора информации.

2 этап - кодирование и выбор канала.

Прежде чем передать идею, отправитель должен с помощью символов и смысловых знаков закодировать ее, используя для этого слова, интонации, жесты

3 этап - передача.

На третьем этапе отправитель использует канал для доставки сообщения (закодированной идеи или совокупности идей) получателю. Речь идет о физической передаче сообщения, технической составляющей процесса взаимодействия, которую многие люди по ошибке и принимают за сам процесс коммуникаций

И́мидж — совокупность представлений, сложившихся в общественном мнении о том, как должен вести себя человек в соответствии со своим статусом.

Выделяются следующие элементы имиджа:

1. Умение общаться с окружающими, быть контактной личностью;
2. Занимать активную позицию в жизни.
3. Проявлять отзывчивость и доброжелательность.
4. Уметь быстро реагировать на окружающие события и явления, демонстрировать сообразительность.
5. Демонстрировать способность мыслить и излагать свои мысли в хорошем логическом формате.
6. Формировать позитивный внешний облик, манеры поведения.
7. Реализация общих внешних данных, полученных от рождения и частично сформированных путем физических упражнений (стиль фигуры и лица, рост, цвет волос и глаз, форма рук и ног).
8. Выражение лица, мимики (приветливое, доброжелательное, легко реагирующее на внешний мир; или же замкнутое, нахмуренное, абсолютноиндифферентное).
9. Стиль взгляда (работа глаз).
10. Умение улыбаться, тип улыбки.
11. Принимаемая поза, движение корпуса, жестикуляция.
12. Пространственное расположение личности.
13. Тип одежды и ее цветовое решение.



Самопрезентация – это управление впечатлением, которое мы производим на окружающих, это вербальная и невербальная демонстрация собственной личности в системе внешних коммуникаций.

Принципы эффективной самопрезентации

- ❖ Позитивность-выражается в представлении себя с позиции сильных сторон, своих достоинств и преимуществ в утвердительной форме
- ❖ Индивидуальность-нахождение в себе каких-то особенностей, преимуществ, выгодно отличающих Вас от конкурентов
- ❖ Краткость-интерес и внимание удерживаются в течение ограниченного количества времени
- ❖ Конкретность-избегание неточностей и многозначительных фраз при рассказе о себе, разговор только по теме без злоупотребления чрезмерными подробностями или комментированием
- ❖ Избирательность-выбор только тех сведений, которые имеют прямое или косвенное отношение к искомой работе – соответствующее образование, опыт работы, умения, увлечения, личностные характеристики.
- ❖ Активность-использование энергичных глаголов, указывающих на активность, а также активное использование разных форм самопрезентации: очной, заочной, устной, письменной и т.д.
- ❖ Честность-использование при самопрезентации только реальной и правдивой информации.

