



О.И. Левицкая

# **РАБОЧАЯ ТЕТРАДЬ ПО КОНФЛИКТОЛОГИИ Часть II**

Для студентов, обучающихся  
по направлению  
«Реклама и связи с общественностью»

---

---

---

Левицкая О.И. Учебно-методическое пособие по конфликтологии для студентов, обучающихся по направлению 031600.62 «Реклама и связи с общественностью»: Рабочая тетрадь. - г. Батайск. - 2013. - 88 с.

Рецензент: Татьяна Витальевна Берченко, кандидат педагогических наук

Художник-оформитель обложки рабочей тетради: Житкевич Евгений Сергеевич

Фотограф: Макаров Вадим Сергеевич

Рабочая тетрадь специально разработана для студентов, обучающихся по направлению 031600.62 «Реклама и связи с общественностью». В Рабочей тетради учитывается циклическая природа функционирования компонентов социальной установки в отношении мотивации к будущей профессиональной деятельности. Материалы каждого занятия отражают сущность 16 профессиональных мотивов, содержат учебную информацию и примеры практики специалистов в области коммуникации. Тетрадь иллюстрирует содержание профессиональной деятельности специалистов в области создания и распространения сообщений, обращённых к аудитории коммуникации.

## ОГЛАВЛЕНИЕ

### ТЕМЫ ДЛЯ ЗАНЯТИЙ

1. Природа внутриличностных конфликтов.....	4
2. Условия предупреждения внутриличностных конфликтов.....	9
3. Причины и предупреждение супружеских конфликтов.....	14
4. Предупреждение конфликтов между руководителем и подчиненным.....	19
5. Предупреждение конфликтов между учениками в школе.....	23
6. Регулирование инновационных конфликтов.....	26
7. Механизмы возникновения межгрупповых конфликтов.....	31
8. Специфика межэтнических конфликтов.....	35
9. Сущность прогнозирования и профилактики конфликтов.....	40
10. Конструктивные способы воздействия на поведение оппонента в предконфликтной ситуации.....	44
11. Социально-психологический тренинг как метод психокоррекции конфликтного поведения.....	49
12. Структура конструктивной критики и снижение внутреннего сопротивления.....	55
13. Подготовка оптимального управленческого решения.....	59
14. Психологические причины конфликтогенных решений.....	66
15. Границы мировосприятия и профилактика стресса.....	71
16. Медиаторство и регулирование конфликта.....	75
Список источников информации для подготовки к занятиям .....	80
Приложения.....	86

## ТЕМА 1. ПРИРОДА ВНУТРИЛИЧНОСТНЫХ КОНФЛИКТОВ

**Мотив № 1** Своей профессиональной деятельностью внести вклад в финансовое состояние страны

### ЧАСТЬ 1 «Эмоция и оценка»



**Екатерина**  
Студент группы  
«Связи  
с общественностью»

**ВПИШИТЕ** в пустую строчку (1) результаты исследования проф. мотива в Вашей учебной группе (если такое исследование не проводилось, посмотрите результаты исследования другой учебной группы в приложении 1).

**ВПИШИТЕ** в пустую строчку (2) ассоциации, которые возникают у Вас с двумя группами студентов, имеющими проф. мотив в состоянии баланса и дисбаланса.

У (1) __ студентов этот мотив будущей проф. деятельности находится в балансном состоянии	У (1) __ студентов этот мотив будущей проф. деятельности находится в <u>дис</u> балансном состоянии
(2) _____	(2) _____

**ПОДЧЕРКНИТЕ** характер Ваших ассоциаций: позитивные, негативные, нейтральные

**ОТВЕТЬТЕ** на вопрос: как Вы думаете, с чем связаны указанные результаты исследования проф. мотива у студентов? \_\_\_\_\_

### ЧАСТЬ 2 «Информация»



**Екатерина Юрьевна  
Коляда**  
Член правления  
Ассоциации директоров  
по коммуникациям  
и корпоративным  
медиа России



Изучите мнение Е.Ю. Коляды, которая с 2003-2008 гг. являлась заместителем начальника управления Департамента по информационной политике ОАО «Газпром». Е.Ю.Коляда: *«Без имиджа государства, прозрачной экономики, и равных правил бизнеса, российским компаниям*

*сложно рассчитывать на инвестиции западных партнеров. По данным аналитического агентства Transparency International, уровень коррупции в России один из самых высоких в мире. По разным оценкам, 60-90% корпоративных финансов в стране находится в теневом обороте. Необходимы совместные усилия власти и бизнеса по преодолению недостатков, созданию инвестиционной привлекательности страны в целом».*

**ОТВЕТЬТЕ** на вопрос. Какую роль играет специалист по связям с общественностью в процессе создания инвестиционной привлекательности страны? \_\_\_\_\_

**ВЫРАЗИТЕ** согласие/несогласие с утверждением (ответ обоснуйте): специалист по связям с общественностью, включенный в процесс создания инвестиционной привлекательности страны вносит личный вклад в финансовое состояние страны \_\_\_\_\_

**ПОЗНАКОМЬТЕСЬ** с пресс-секретарём президента Российской Федерации Д.С. Песковым, который 19 июня 2012 года сообщил, что кроме управления пресс-службы президента будет курировать еще и новое управление Кремля по общественным связям. По словам Пескова, новая структура в администрации президента будет координировать информационную работу органов госвласти, министерств, ведомств как в стране, так и за рубежом. Кроме этого, управление будет заниматься вопросами инвестиционной привлекательности России, а также участвовать в информационном сопровождении Олимпиады в Сочи и саммита АТЭС (Азиатско-Тихоокеанское экономическое сотрудничество / APEC, Asia-Pacific Economic Cooperation Forum; объединяет экономики 21 страны; приходится свыше 57% мирового ВВП и 48% объема мировой торговли. ).

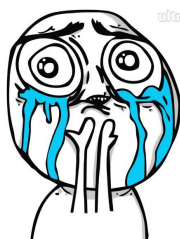


**Дмитрий Сергеевич Песков**  
Пресс-секретарь президента РФ

**ОТВЕТЬТЕ** на вопрос. Как Вы думаете, вносит ли Д.С. Песков личный вклад в финансовое состояние своей страны (ответ обоснуйте)? \_\_\_\_\_



**ИЗУЧИТЕ** три психологических категории, которые могут быть положены в основу изучения индивидуальных особенностей деятельности PR-специалиста.



«Я хочу»

### 1. Мотивы

отражают стремления личности различного уровня (потребности, интересы, желания, влечения); могут быть выражены понятием «хочу».

### 2. Ценности

эталоны должного, принятые личностью, или в силу их общественной значимости личность вынуждена следовать им; обозначаются как «надо».



«Я должен»



«Я есть»

### 3. Самооценка

оценка личностью возможностей, качеств и места среди других людей; выражена уровнем притязаний личности; выражается как «могу» или «не могу».

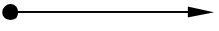
**ВЫРАЗИТЕ** свои предположения во втором столбце таблицы в соответствии с вопросами из первого столбца.

Вопросы	Мотивы, ценности, самооценка Д.С. Пескова	Противоположные мотивы, ценности, самооценка
1. Предположите, каким главным мотивом руководствуется Д.С. Песков, курируя управление, которое заниматься вопросами инвестиционной привлекательности России?		
2. Предположите, какой главной ценностью руководствуется Д.С. Песков, курируя управление, которое заниматься вопросами инвестиционной привлекательности России?		
3. Предположите, какова характеристика самооценки Д.С. Пескова, который курирует управление, занимающееся вопросами инвестиционной привлекательности России?		

**ВПИШИТЕ** в третий столбец таблицы мотив, ценность и самооценку, которые противоположны мотиву, ценности и самооценке, вписанных Вами во второй столбец.

**ВСПОМНИТЕ** и впишите вид конфликта, который является выраженным негативным переживанием, вызванным затянувшейся борьбой структур внутреннего мира личности (мотивов, ценностей, самооценки), отражающим противоречивые связи с социальной средой и задерживающим принятие решения \_\_\_\_\_

**УКАЖИТЕ** в таблице с помощью стрелочки ●→ 6 видов внутриличностных конфликтов, которые могут образоваться в ходе затянувшейся борьбы двух структур во внутреннем мире личности. Например, конфликт между 2 мотивами («хочу» и «хочу»); ненужные строки перечеркните по диагонали.

Структуры внутреннего мира личности, находящиеся в конфликте			Вид внутриличностного конфликта
«Хочу» мотив «Я хочу»	«Надо» ценности «Я должен»	«Могу» самооценка «Я есть»	
			1. Мотивационный конфликт (между «хочу» и «хочу»)
			2. Нравственный конфликт (между «хочу» и «надо»)
			3. Конфликт нереализованного желания (между «хочу» и «могу»)
			4. Ролевой конфликт (между «надо» и «надо»)
			5. Адаптационный конфликт (между «надо» и «могу»)
			6. Конфликт неадекватной самооценки (между «могу» и «могу»)

**ПОДЧЕРКНИТЕ** 3 вида внутриличностных конфликтов, которые образованы при столкновении противоположных мотивов, ценностей и самооценок, представленных Вами в предыдущей таблице для Д.С. Пескова

**ОТВЕТЬТЕ** на вопрос. Как Вы думаете, какой вид внутриличностного конфликта может угрожать деятельности Д.С. Пескова? \_\_\_\_\_

**ПРЕДПОЛОЖИТЕ**, каково может быть содержание трёх видов внутриличностных конфликтов у Вас как у специалиста по PR, руководствующегося в своей профессиональной деятельности мотивом «внести личный вклад в финансовое состояние страны»? Свой ответ впишите в столбец № 3 с помощью описания предполагаемой индивидуальной особенности деятельности («мотив», «ценность», «самооценка»).

Вид внутриличностного конфликта	Индивидуальная особенность деятельности «хочу»	Индивидуальная особенность деятельности
1. Мотивационный конфликт (между «хочу» и «хочу»)	Я хочу внести вклад в финансовое состояние страны	Одновременно я хочу и _____ _____
2. Нравственный конфликт (между «хочу» и «надо»)	Я хочу внести вклад в финансовое состояние страны	А общество твердит, что надо_____ _____
3. Конфликт нереализованного желания(между «хочу» и «могу»)	Я хочу внести вклад в финансовое состояние страны	А могу _____ _____

**ОТВЕТЬТЕ** на вопрос. Какой вид внутриличностного конфликта, вероятнее всего, может возникнуть у Вас в ходе осуществления своих профессиональных функций? \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

**ПОСМОТРИТЕ** на свои ответы, в которых отмечен вид внутриличностного конфликта возможно возникающего в ходе осуществления профессиональной деятельности Д.С. Пескова и у Вас. Укажите в пустой строке, сходятся ли эти виды внутриличностного конфликта \_\_\_\_\_

### ЧАСТЬ 3 «Решение»



**Александр Григорьевич Лукашенко**  
Президент Белоруссии

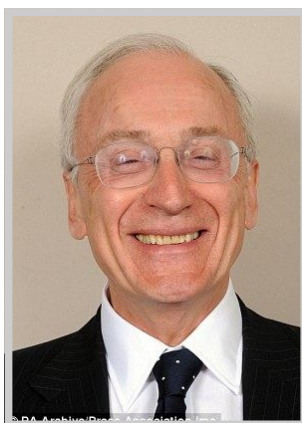
**ИЗУЧИТЕ** комментарий Л.Ф.Заико к должностному назначению, которое сделал А.Г.Лукашенко. Назначенный британский имиджмейкер лорд Чадлингтон должен будет «продавать» имидж Белоруссии.

Л.Ф.Заико: «Страна остро нуждается в сторонних инвестициях. Кредитов уже не дают, выжить экономике помогут только инвестиции. Причем, привлекать их нужно как раз со стороны Запада и, может быть, из Азии. Российский инвесторов Лукашенко остерегается...

Инвестиции в такого пиарщика могут окупиться с лихвой, ведь на Западе до сих пор распространено суждение о том, что в Белоруссии очень тяжело работать».



**Александр Фёдорович Заико**  
Руководитель аналитического центра «Стратегия»



**Питер Селвин Гаммер Чадлингтон**  
Глава PR-фирмы «Grayling»

**ОБРАТИТЕ** внимание: Питер Селвин Гаммер Чадлингтон, появившись в эфире белорусских телеканалов, с гордостью заявил, что изучил программу белорусской приватизации и точно знает, чем ему необходимо заняться.

**ВЫРАЗИТЕ** обоснованное согласие/несогласие с утверждением: своей профессиональной деятельностью лорд Чадлингтон стремится внести личный вклад в финансовое состояние Белоруссии. \_\_\_\_\_

*grayling*

**ИЗУЧИТЕ** событие, которое произошло 28 марта 2011 г. в центре Лондона. На-

против офиса фирмы Grayling, прошел пикет, организованный белорусским «Свободным театром», лондонскими театрами Young Vic и Almeida, правозащитной организацией Index on Censorship и Лондонским Белорусским комитетом. Сотрудничество фирмы Grayling с Беларусью вызвало скандал в Великобритании.

На акции выступили известные британские актеры звезды Голливуда Кевин Спейси и Джуд Лоу. Участники акции заявили, что сегодня главная задача Европы — остановить белорусскую диктатуру, и артистическую трибуну надо использовать, чтобы освободить политзаключенных. Участники митинга держали в руках портреты политзаключенных: Кевин Спейси — координатора гражданской кампании «Европейская Беларусь» Дмитрия Бондаренко, Джуд Лоу — редактора сайта char97.org Натальи Радиной.



**ОПИШИТЕ** в третьем столбце таблицы три структурных элемента внутреннего мира, с которыми возможно столкнется мотив лорда Чадлингтона «Внести вклад в финансовое состояние страны» после пикета около офиса своей фирмы.

Вид внутриличностного конфликта	Индивидуальная особенность Деятельности лорда Чадлингтона	Противоположная индивидуальная особенность деятельности лорда Чадлингтона
1. _____	Хочу внести личный вклад в финансовое состояние страны	_____
2. _____	Хочу внести личный вклад в финансовое состояние страны	_____
3. _____	Хочу внести личный вклад в финансовое состояние страны	_____

**ВПИШИТЕ** в первый столбец таблицы название внутриличностного конфликта, возможного возникшего во внутреннем мире лорда Чадлингтона.

**УКАЖИТЕ** название и сущность других возможных видов внутриличностных конфликтов у лорда Чадлингтона после пикета.

Название внутриличностного конфликта	Индивидуальная особенность деятельности № 1	Индивидуальная особенность деятельности № 2
-----	-----	-----
-----	-----	-----
-----	-----	-----

**ВЫПОЛНИТЕ** тестовое задание. Отметьте один вариант ответа.

1. Укажите вид внутриличностного конфликта, который возникает между такими индивидуальными особенностями деятельности как «мотив» и «мотив»

- А) нравственный конфликт
- Б) мотивационный конфликт
- В) адаптационный конфликт

2. Укажите вид внутриличностного конфликта, который возникает между такими индивидуальными особенностями деятельности как «мотив» и «самооценка»

- А) конфликт нереализованного желания
- Б) конфликт неадекватной самооценки
- В) ролевой конфликт

3. Укажите вид внутриличностного конфликта, который возникает между такими индивидуальными особенностями деятельности как «мотив» и «ценность»

- А) нравственный конфликт
- Б) конфликт неадекватной самооценки
- В) конфликт нереализованного желания

4. Укажите вид внутриличностного конфликта, который возникает между такими индивидуальными особенностями деятельности как «ценность» и «ценность»

- А) мотивационный конфликт
- Б) конфликт нереализованного желания
- В) ролевой конфликт

5. Укажите вид внутриличностного конфликта, который возникает между такими индивидуальными особенностями деятельности как «ценность» и самооценка»

- А) ролевой конфликт
- Б) адаптационный конфликт
- В) мотивационный конфликт

#### **ЧАСТЬ 4 «Эмоция и оценка»**



**Евгений**  
Студент группы  
«Связи с общественностью»

**ВПИШИТЕ** в столбик № 2 ассоциации, которые возникают у Вас с двумя группами студентов, имеющими проф. мотив «Своей профессиональной деятельностью внести вклад в финансовое состояние страны» в состоянии баланса и дисбаланса.

**ПЕРЕПИШИТЕ** в столбик № 1 те ассоциации, которые Вы выразили вначале занятия.

Столбик № 1

Столбик № 2

Баланс \_\_\_\_\_

Баланс \_\_\_\_\_

Дисбаланс \_\_\_\_\_

Дисбаланс \_\_\_\_\_

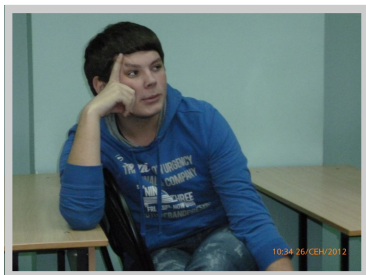
**СРАВНИТЕ** ассоциации:

1. Поменялись ли Ваши ассоциации? \_\_\_\_\_

2. Если поменялись, то охарактеризуйте изменения : положительные, отрицательные, нейтральные.

## ТЕМА 2. УСЛОВИЯ ПРЕДУПРЕЖДЕНИЯ ВНУТРИЛИЧНОСТНЫХ КОНФЛИКТОВ

**Мотив № 2** Своей профессиональной деятельностью внести вклад в правила, регулирующие поведение всех участников общественных отношений



**Максим**  
Студент группы  
«Связи  
с общественностью»

**ВПИШИТЕ** в пустую строчку (1) результаты исследования проф. мотива в Вашей учебной группе (если такое исследование не проводилось, посмотрите результаты исследования другой учебной группы в приложении 1).

**ВПИШИТЕ** в пустую строчку (2) ассоциации, которые возникают у Вас с двумя группами студентов, имеющими проф. мотив в состоянии баланса и дисбаланса.

У (1) \_\_ студентов этот мотив будущей проф. деятельности находится в балансном состоянии  
(2) \_\_\_\_\_

У (1) \_\_ студентов этот мотив будущей проф. деятельности находится в дисбалансном состоянии  
(2) \_\_\_\_\_

**ПОДЧЕРКНИТЕ** характер Ваших ассоциаций: позитивные, негативные, нейтральные

**ОТВЕЬТЕ** на вопрос: как Вы думаете, с чем связаны указанные результаты исследования проф. мотива у студентов? \_\_\_\_\_

### ЧАСТЬ 2 «Информация»



Конкурсная статья студента 3  
курса факультета журналистики  
МГУ  
**Дмитрия Лукина**

**ИЗУЧИТЕ** точку зрения Д.Лукина, которая представлена в виде пирамиды. Изучение начните с нижнего уровня пирамиды.

Отсюда вытекает необходимость лжи, как одной из составляющих паблик рилейшнз, а это очень серьезный внутренний конфликт

Сам пиарщик (в отличие от тех, на кого направлена PR-стратегия) знает реальное положение дел в компании, для которой создаются эти мифы. Зачастую эти дела совсем не так хороши, как в том символе марки, который он вынужден творить в силу своей профессии

В результате PR-деятельности сама общественная система ценностей начинает смещаться в сторону культивируемых символов и мифов. Меняются приоритеты, второстепенные вещи становятся первостепенными, то, что считалось баловством, превращается в необходимость

PR создает символы, мифы, которые потом циркулируют в обществе (чем больше мифологизируется общественное сознание, тем более магическим оно становится, тем более легко им управлять)

**ВЫПИШИТЕ** участников общественных отношений, которые указаны в статье Д. Лукина.

1. \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_

**УКАЖИТЕ** общественные отношения, которые складываются между их участниками, по мнению Д. Лукина.

1. \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_
4. \_\_\_\_\_

**ВЫПИШИТЕ** из каждого уровня правила, которым подчиняется PR и пиарщик, по мнению Д.Лукина.

1. \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_
4. \_\_\_\_\_

**ОТВЕТЬТЕ** на вопросы:

1. Можно ли утверждать, что Д. Лукин указывает в своей статье на личный вклад специалиста по связям с общественностью, который он вносит в правила, регулирующие поведение всех участников общественных отношений? \_\_\_\_\_

2. Согласны ли Вы с тем, что ложь является составляющей публичных отношений, и поэтому порождает внутренний конфликт у специалиста по связям с общественностью? \_\_\_\_\_

**ИЗУЧИТЕ** в первом столбце таблицы условия, которые способствуют предупреждению внутриличностных конфликтов.

Условия предупреждения внутриличностных конфликтов	Специалист по связям с обще- ственностью у Д. Лукина	_____	Специалист по связям с обще- ственностью, кото- рый занимается черным PR
1. Принимайте трудные жизненные ситуации как данность бытия			
2. Формируйте жизненные ценности и следуйте им (помогают избежать многих ситуаций, связанных с сомнениями)			
3. Будьте гибким, адаптивным (если человек убеждается в несостоятельности привычного способа существования, то он должен найти в себе силы поломать его)			
4. Уступая в мелочах, не превращайте это в систему			
5. Надейтесь на лучшее развитие событий (оптимистическое отношение – это показатель психического здоровья человека)			
6. Не будьте рабом своих желаний			
7. Учитесь управлять собой			
8. Развивайте волевые качества			
9. Корректируйте для себя иерархию ролей			
10. Стремитесь к высокому уровню личностной зрелости (предполагает выход за пределы чисто ролевого поведения)			
11. Обеспечьте адекватность самооценки (заниженная или завышенная самооценка связана с неумением признать себе в чем-либо)			
12. Не копите проблемы			
13. Не беритесь за все сразу (создание приоритетов в реализуемых программах)			
14. Старайтесь не лгать			
15. Не паникуйте			
<b>ИТОГО</b>	● _____ ? _____	● _____ ? _____	● _____ ? _____

**УКАЖИТЕ** во третьем столбце таблицы своё имя и фамилию.



**ОТМЕТЬТЕ** во втором столбце таблицы с помощью символа ? те условия, которые не использует специалист по связям с общественностью представленный в статье у Д. Лукина и с помощью символа ● те, которые использует.

**ОТМЕТЬТЕ** в третьем столбце таблицы с помощью символа ● те условия, которые Вы используете в своей учебной деятельности, а символом ? те условия, которые Вам сложно использовать в ходе своей учебной деятельности.

**УКАЖИТЕ** формулу на рисунке 1 с использованием символа , ? где специалиста, представленного у Д. Лукина обозначьте первыми буквами его имени и фамилии (ДЛ), а себя первыми буквами своего имени и своей фамилии (используйте знаки < ; > ;=).

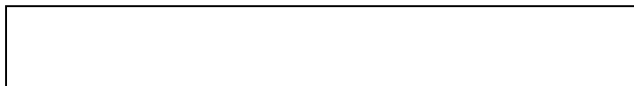


Рис. 1. \_\_\_\_\_

**ПРИДУМАЙТЕ** рисунку 1 название.

**ПРОЧИТАЙТЕ** ответы на вопросы специалиста по связям с общественностью, который занимается чёрным пиаром.

**ВОПРОС** Одна из заповедей – «не солги». Что же получается, вы размещаете информацию, порочащую чью-то честь, в достоверности которой не уверены?

**ОТВЕТ** У меня есть юридически подтвержденная информация. Как это я лгу? Я правду говорю! Врать можно все что угодно, но кампания, построенная на деструктивной позиции, отрицании, ведет в тупик. Самый эффективный способ – брать только проверенную информацию.

**ВОПРОС** Но вы ведь понимаете, что своими действиями прямо или косвенно заставляете людей переживать эмоциональные потрясения, стресс. У некоторых начинаются проблемы со здоровьем...

**ОТВЕТ** Если человек втянут в данную ситуацию, он прежде всего сам виноват, что позволил этому произойти. Он сам создал эту ситуацию.

**ВОПРОС** За что вы любите свою работу?

**ОТВЕТ** Я прекрасно применяю свои интеллектуальные, аналитические, дедуктивные способности. И потом я всегда доволен результатом.

**ОТМЕТЬТЕ** в четвертом столбце таблицы с помощью символа ? те условия, которые не использует специалист по связям с общественностью представленный в интервью и с помощью символа ● те, которые использует.

**УКАЖИТЕ** формулу на рисунке 2 с использованием символа ?, где специалиста, представленного интервью обозначьте первыми буквами “Черный Пиарщик” ЧП), а себя первыми буквами своего имени и своей фамилии (используйте знаки < ; > ;=).

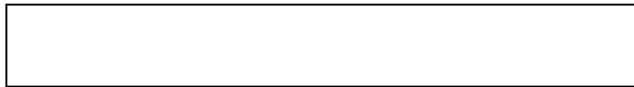


Рис. 2. \_\_\_\_\_

**ПРИДУМАЙТЕ** рисунку 2 название.

**ВЫСТРОЙТЕ** на рисунке 3 иерархию использования условий предупреждения внутриличностных конфликтов у специалиста, представленного в статье у Д.Лукина у «Чёрного Пиарщика» и у Вас, т.е. осуществите работу с символом ●



Рис. 3. \_\_\_\_\_

**ВЫРАЗИТЕ** обоснованное согласие/несогласие с утверждением: чем больше специалист по связям с общественностью использует условий для предупреждения внутриличностного конфликта, тем лучше его личный вклад в правила, регулирующие поведение участников общественных отношений \_\_\_\_\_

### **ЧАСТЬ 3 «Решение»**



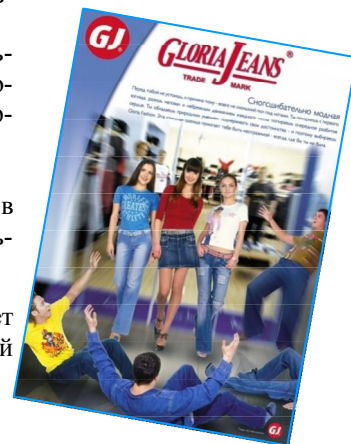
**Ольга Михайлова**  
В 2005 году PR-директор компании  
«Глория Джинс»,  
закончила Лондонскую школу PR

**ПОЗНАКОМЬТЕСЬ** О. Михайловой, которая пришла в бизнес-пиар в 1998 году и поспособствовала тому, что про компанию «Глория Джинс» за 2002 год вышло более 700 публикаций в

**ИЗУЧИТЕ** мнение О.Михайловой о деятельности специалиста по связям с общественностью, которое представлено в интервью журналу «Эксперт».

- Я не мастер, - предупредила Ольга. У нас в «Глории Джинс», как и вообще среди реальных игроков на рынке, мастеров нет.

Пока мы в игре, мы все равны - как студенты в день экзамена. Вопросы задает рынок, каждый день новые. Кто отвечает адекватно, переходит на следующий уровень. Там все так же, только сложнее».



**На вашем бэджике написано: «Ольга Михайлова, «Глория Джинс». Почему не указана должность?**

- Потому что долго объяснять, что такое на самом деле пиар. Многие не любят пиарщиков. Доходит до того, что даже знакомые начинают путать, когда человек работает, когда живет, без повода спрашивают: «Это пиар?» Хотя положение потихоньку меняется. Сегодня пиар - это просто широкая палитра отношений, впечатлений, эмоций, которыми обмениваются люди и компании в поисках пересечения их интересов.

**- Компания должна быть открытой. Тогда она должна говорить о себе правду и не манипулировать сознанием клиента с помощью пиара. А так ли это на практике?**

- Правда и информирование - два главных ингредиента в человеческих взаимоотношениях. Вранье и незнание ничего не строят и все разрушают. Поэтому подозрений в манипулировании я очень не люблю, хотя, если пересказать любой пиар-проект в деталях конечному потребителю, он, скорее всего, скажет: да меня же здесь, как пешку, разыграли. А основная «манипуляция» - в эффективной организации коммуникаций. Как нормальные герои всегда идут в обход, так и пиарщик всегда говорит правду, но правда может быть, например, неожиданной для слушателя. Ведь можно любое событие или явление как-то «развернуть в пространстве», вытащить из события именно ту нить, которая все разложит «как надо».

**- Правда, получается, что дышло?**

- Она многогранна по самой своей сущности, в разной интерпретации может выглядеть по-разному, но это все равно правда, и вы можете помочь кому-то еще увидеть ее.

**- Почему тогда компании не любят делиться негативными новостями?**

- Между прочим, в кризисных ситуациях сказать правду, даже если она негативная, пиарщику предписывают правила профессии, а не только долг чести. Пример из отечественной практики. Авария на производстве, вышел некачественный продукт питания. Пиарщик предложил сказать людям правду, но генеральный директор был категорически против. Продукцию продали. Пиарщика перестали пускать на совещания, скоро он ушел в другую компанию. Между тем о продукте пошли нелестные слухи, продажи снизились.

**- Ну и что же делать? Этот пиарщик ушел, другой пришел.**

- А что тут сделаешь? Это уже личностные вещи. Водитель трамвая тоже может по-разному относиться к своей профессии, дверь перед старушками закрывать - и найдет тому оправдания. Надо только понимать, что впасть что-либо в наше время становится все труднее, и это не окупается.

**- В каком смысле?**

- В «бизнесовом». Пиарщики, которые сегодня врут, завтра попросту не будут нужны ни работодателю, ни потребителю, никому. Мир становится маленьким. Сегодня соврали - кто вам завтра поверит? А раз не поверят - вы сработаете неэффективно, у вас не будет результата. Не будет результата - кто вас будет держать?

- А если у работодателя такие цели, для которых нужен «черный пиар»?

- Это тоже вопрос выбора, только работодателя. Когда мне на собеседовании в одном газетном холдинге задали недвусмысленный вопрос: «За какое время можно убить репутацию банка?». Я сказала: уничтожить ее, конечно, можно, и занимает это от двух недель до одиннадцати месяцев. Но месть в бизнесе - нерентабельное занятие. Вы тратите на нее ресурсы, отрывая их от дела. Я предложила потратить те же деньги и время на собственный бизнес, на повышение узнаваемости, популярности и доверия среди других инвесторов. Они переглянулись и вежливо сказали, что перезвонят.

**ВЫПИШИТЕ** участников общественных отношений, которые указаны в ответах О.Михайловой.

-----  
-----  
-----

**УКАЖИТЕ** общественные отношения, которые складываются между их участниками, по мнению О. Михайловой

-----  
-----  
-----

**ВЫПИШИТЕ** правила, которым подчиняется PR и пиарщик, по мнению О. Михайловой

-----  
-----  
-----

**УКАЖИТЕ** в тексте интервью номера условий предупреждения внутриличностного конфликта, которые использует в своей деятельности О. Михайлова.

**ВПИШИТЕ** в пустые строчки количество условий предупреждения внутриличностного конфликта, которые использует О.Михайлова и которые не использует.

● (использует) -----

? (не использует) -----

**УКАЖИТЕ** формулу на рисунке 4 с использованием символа , ● где Ольгу Михайлову, обозначьте первыми буквами её имени и фамилии), а себя первыми буквами своего имени и своей фамилии.

Рис. 4

-----

**НАЗОВИТЕ** рисунок 4.

**ВЫРАЗИТЕ** обоснованное согласие/несогласие с утверждением: чем больше специалист по связям с общественностью использует условий для предупреждения внутриличностного конфликта, тем лучше его личный вклад в правила, регулирующие поведение участников общественных отношений

-----  
-----  
-----

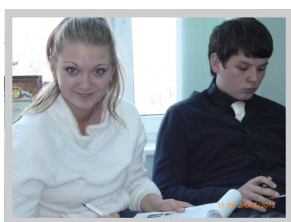
**ВЫПОЛНИТЕ** тестовое задание. Отметьте один вариант ответа.

1. Помогают избежать многих ситуаций, связанных с сомнениями – это сущность такого условия предупреждения внутриличностного конфликта как

- А) формирование жизненных ценностей и следования им
- Б) уступка в мелочах, не должна быть превращена в систему
- В) обеспечение адекватности самооценки

2. Если человек убеждается в несостоятельности привычного способа существования, то он должен найти в себе силы поломать его – это сущность такого условия предупреждения внутриличностного конфликта как
  - А) не копить проблемы
  - Б) корректировать иерархию ролей
  - В) быть гибким, адаптивным
3. Оптимистическое отношение – показатель психического здоровья человека – это сущность такого условия предупреждения внутриличностного конфликта как
  - А) не браться за всё сразу
  - Б) надеяться на лучшее развитие событий
  - В) стремиться к высокому уровню личностной зрелости
4. Предполагает выход за пределы чисто ролевого поведения – это сущность такого условия предупреждения внутриличностного конфликта как
  - А) не копить проблемы
  - Б) стремиться к высокому уровню личностной зрелости
  - В) учиться управлять собой
5. Создание приоритетов в реализуемых программах
  - А) не браться за все сразу
  - Б) развивать волевые качества
  - В) уступая в мелочах, не превращать это в систему

#### ЧАСТЬ 4 «Эмоция и оценка»



*Дарья, Максим  
Студенты группы  
«Связи с общественностью»*

**ВПИШИТЕ** в столбик № 2 ассоциации, которые возникают у Вас с двумя группами студентов, имеющими проф. мотив «Своей профессиональной деятельностью внести вклад в правила, регулирующие поведение всех участников общественных отношений» в состоянии баланса и дисбаланса.

Столбик № 1

Столбик № 2

Баланс \_\_\_\_\_

Баланс \_\_\_\_\_

Дисбаланс \_\_\_\_\_

Дисбаланс \_\_\_\_\_

**ПЕРЕПИШИТЕ** в столбик № 1 те ассоциации, которые Вы выразили вначале занятия.

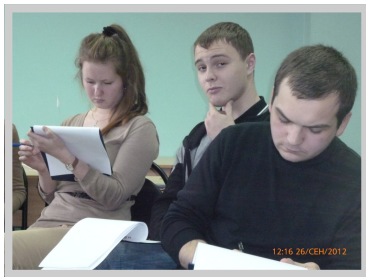
**СРАВНИТЕ** ассоциации:

1. Поменялись ли Ваши ассоциации? \_\_\_\_\_
2. Если поменялись, то охарактеризуйте изменения : положительные, отрицательные, нейтральные.

### **ТЕМА 3. ПРИЧИНЫ И ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ СУПРУЖЕСКИХ КОНФЛИКТОВ**

#### **Мотив № 3** Руководствоваться совестью в процессе осуществления профессиональных функций

#### ЧАСТЬ 1 «Эмоция и оценка»



*Екатерина, Андрей, Евгений  
Студенты группы  
«Связи с общественностью»*

**ВПИШИТЕ** в пустую строчку (1) результаты исследования проф. мотива в Вашей учебной группе (если такое исследование не проводилось, посмотрите результаты исследования другой учебной группы в приложении 1).

**ВПИШИТЕ** в пустую строчку (2) ассоциации, которые возникают у Вас с двумя группами студентов, имеющими проф. мотив в состоянии баланса и дисбаланса.

У (1) \_\_ студентов этот мотив будущей проф. деятельности находится в балансном состоянии

(2) \_\_\_\_\_

У (1) \_\_ студентов этот мотив будущей проф. деятельности находится в **дис**балансном состоянии

(2) \_\_\_\_\_

**ПОДЧЕРКНИТЕ** характер Ваших ассоциаций: позитивные, негативные, нейтральные

**ОТВЕТЬТЕ** на вопрос: как Вы думаете, с чем связаны указанные результаты исследования проф. мотива у студентов? \_\_\_\_\_

## ЧАСТЬ 2 «Информация»

**ИЗУЧИТЕ** два класса причин конфликтов между супругами.

Класс причин № 1 основание: потребности супругов	Класс причин № 2 основание: внешние факторы
1. Психосексуальная несовместимость 2. Неудовлетворение потребности в значимости своего «Я», неуважение чувства достоинства со стороны партнера 3. Неудовлетворение потребности в «+» эмоциях: отсутствие ласки, заботы, внимания и понимания 4. Пристрастие к чрезмерному удовлетворению своих потребностей (алкоголь, фин. расходы на себя) 5. Неудовлетворение потребности во взаимопомощи и взаимопонимании по вопросам ведения дом. хоз-ва, воспитания детей 6. Различия потребностей по проведению досуга, увлечениях	7. Ухудшение материального положения многих семей 8. Чрезмерная занятость одного из супругов (или обоих) на работе 9. Невозможность нормального трудоустройства 10. Длительное отсутствие своего жилья 11. Отсутствие возможности устроить детей в детское учреждение

**ПОДЧЕРКНИТЕ** причины конфликтов между супругами, которые, на Ваш взгляд, свидетельствуют об отсутствии совести у одного или обоих супругов, инициирующего (щих) конфликтное взаимодействие.



**ИЗУЧИТЕ** точку зрения коммуникационного агентства ИМКОН медиа о том, есть ли у пиарщика личная жизнь.

**Статья сокращена и адаптирована «Есть ли у пиарщика личная жизнь»:**

«Если вы решили, что вашим избранником (цей) станет пиарщик, готовьтесь. Во-первых, никогда в жизни не будет нормированного рабочего дня. Большинство работы чаще всего в неурочное время, праздники мы проводим на работе. Можем проснуться в два часа ночи от гениально-важной мысли. Во-вторых, даже не пытайтесь понять профессию. Пусть для вас она навсегда будет волшебной. Кстати, что немаловажно – гордитесь своим пиарщиком. Поверьте, каждая акция дается нелегко, иногда легче вагон с кирпичами разгрузить, чем договориться с людьми. В-третьих, да мы устаем. От чего? Да от общения по телефону, в скайпе или аське. В-четвертых, не дожидаетесь вы порядка. Иногда забываем готовить ужин, и другие дела делать. Ну и что? Мы просто отдаемся проекту. Поверьте, придумать название заголовку пресс-релиза мне гораздо важнее, чем сделать что-либо по дому. Потому что от этого на 50 процентов будет зависеть успех рассылки, успеха проекта. Самое главное – любовь. Принимайте нас. Не старайтесь переделать. Любите».



**ВЫПИШИТЕ** номера причин конфликтов между супругами, которые представлены в статье \_\_\_\_\_

**ОТВЕТЬТЕ** на вопрос: если в списке причин конфликтов между специалистом по пиару и супругом («второй» половинкой) причины, которые свидетельствуют об отсутствии совести у пиарщика (т.е. подчеркнуты Вами в таблице)? \_\_\_\_\_

**СОСТАВЬТЕ** схему в левой части пустого прямоугольника (правую часть оставьте пустой), в которой используйте:

- профессиональные функции специалиста по коммуникациям
- причины конфликтов пиарщика с супругом, которые свидетельствуют об отсутствии совести

Рис. 5 \_\_\_\_\_



**ОБРАТИТЕ** внимание на данные статистических исследований.

В России ежегодно вступают в брак чуть более 1 миллиона пар, при этом около 700 тысяч семей подают на развод. Самым активным возрастом для заключения браков является период от 25 до 34 лет. В это время совершается практически половина всех браков. К сожалению, констатируем, что та же картина наблюдается и в области разводов. Чем ниже уровень образования, профессиональный статус и доход мужа, тем выше вероятность развода.

**ПЕРЕЧИСЛИТЕ** последствия развода для общества и государства.

1. \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_

**ВЕРНИТЕСЬ** к схеме, которую Вы составили на рисунке 5 и в правую часть прямоугольника впишите последствия развода для общества и государства.

**НАЗОВИТЕ** рисунок 5.

**ИЗУЧИТЕ** условия предупреждения конфликтов между супругами.

1. Уважай себя, а тем более другого. Помни, что он (она) самый близкий для тебя человек
2. Старайся не копить ошибки и «грехи», а сразу реагируй на них. Это исключит накопление «-» эмоций
3. Исключи сексуальные упрёки, так как они не забываются
4. Не делай замечание другому в присутствии гостей, детей
5. Не преувеличивай собственные способности и достоинства, не считай себя всегда и во всем правым
6. Больше доверия и ревность своди к минимуму
7. Будь внимательней, умей слушать и слышать супруга
8. Не опускайся, заботься о своей физической привлекательности, работай над своими недостатками
9. Никогда не обобщай даже явные недостатки супруга, веди разговор только о конкретном поведении в конкретной ситуации
10. Относись к увлечениям супруга с интересом и уважением
11. В семейной жизни иногда лучше не знать правду, чем во что бы то ни стало установить истину
12. Старайтесь находить время для того, чтобы хотя бы иногда отдохнуть друг от друга (поможет снять эмоционально-психологическую перенасыщенность общением)



**ОБВЕДИТЕ** кружочком номера условий предупреждения супружеских конфликтов, которые не только являются средством их профилактики у влюблённых, но и способствуют качественному выполнению профессиональных функций у специалиста по связям с общественностью.

**ВЫПИШИТЕ** левую часть прямоугольника (рис 6.) одну причину супружеского конфликта, свидетельствующую о том, что у одного из супругов отсутствует совесть, а в правую часть фигуры выпишите одно условие, обведённое Вами, использование которого позволит предупредить причину конфликта.

Рис. 6 \_\_\_\_\_

**НАЗОВИТЕ** рисунок 6.



### ЧАСТЬ 3 «Решение»



**Василий Аркадьевич Борисов**  
Заместитель генерального продюсера  
Телеканала «ВЕСТИ» (ВГТРК),  
директор по маркетингу и коммуни-  
кациям Теле канала «ВЕСТИ»

**ПОЗНАКОМЬТЕСЬ** с В.А. Борисовым, который рассказывает о своей жене М.А. Максимовской, известном тележурналисте, заместителе главного редактора телеканала РЕН ТВ.



Марианна — журналист от бога, я же совсем не репортер, мне больше нравится быть сценаристом реальности, чем ее отображать. Еще мне нравится учиться и учить (преподаю PR в нескольких вузах), поэтому иногда я тестирую на Марианне какие-то вещи, смотрю на реакцию.



Единственное, что меня действительно раздражает в ее работе, — это телефон. «В комнате нас трое». Так до сих пор и не понял: Марианна живет в телефоне или телефон живет в Марианне. Они неразлучны. Иногда я иду на хитрость: выключаю звук, за счет чего у нас появ-

ляется возможность хотя бы в воскресенье утром поспать.

Покупки одежды в Москве она почти не делает, а за границей совмещает приятное с полезным. Разница в том, что я сразу вижу свою вещь, а Марианне обязательно нужно потрогать, померить.

Мы оба не любим пляжный отдых, хотя для Марианны это просто необходимость, с учетом постоянных перегрузок. Лишь однажды десять дней подряд пролежали на пляже. Мы — городские туристы. Выбираем страну, берем машину и тщательно все осматриваем. Редко отдыхаем одни, чаще с большой компанией друзей. Я, кстати, не сопротивляюсь, когда моя жена тащит меня на шопинг.

У нас есть семейные привычки. К примеру, Марианна не любит есть одна, поэтому по пятницам, когда у нее до ночи подготовка к эфиру, мы выбираем часа полтора для совместного ужина. Я обязательно приезжаю к ней и в день эфира, чтобы отвести пообедать, а то так и будет голодной до вечера. В семье у меня роль первооткрывателя, потому что моя жена крайне консервативный человек.

Несмотря на внешнюю хрупкость, Марианна очень отважная женщина. К тому же во многих моментах она более последовательна, чем я. Думаю, что из нее получился бы политик. И в ее будущей партии уже стоит один человек. Это я.

У нее обостренное чувство справедливости. Это то, что меня в ней искренне восхищает. Причем это не просто чувство — оно всегда сопровождается действием. Она не может сидеть и рассуждать о справедливости, нет, она пойдет ее наводить.

После того как рухнуло НТВ, наступило сложное время переходов и закрытия каналов. Моя жена смогла сохранить и себя как журналиста, и свою точку зрения, и свою общественную позицию. А ведь этих качеств не хватает сегодня мужчинам, которые, по сути, оказываются более конформными — то есть принимающими предлагаемую форму.

**УКАЖИТЕ** в тексте номера условий предупреждения супружеских конфликтов, о которых упоминает В.А. Борисов.

**ВЫПИШИТЕ** в первый столбец таблицы условия, которые Вы отметили как те, которые помогают не только сохранять мир супружеском союзе Василия Аркадьевича и Марианны Александровны, но и способствуют качественному выполнению их профессиональных функций.



**Василий Аркадьевич Борисов**  
**Марианна Александровна Максимовская**  
Супруги

Условия предупреждения супружеских конфликтов, которые помогают в работе	Причины супружеских конфликтов, свидетельствующих об отсутствии совести	Последствия супружеских конфликтов для общества и государства

**ВПИШИТЕ** в столбец № 2 те причины, супружеских конфликтов, которые как свидетельствуют об отсутствии совести у специалиста по коммуникациям, так и возникают в связи с тем, что соответствующее условие предупреждение, указанное Вами в столбце № 1 не использовалось супругами.

**ВПИШИТЕ** в столбец № 3, соответствующие указанной Вами причине, последствия супружеских конфликтов для общества и государства.

**ВЫРАЗИТЕ** обоснованное согласие/несогласие с утверждением: если я буду использовать в своей семейной жизни условия предупреждения супружеских конфликтов, которые используют В.А. Борисов и М.А. Максимова, то для общества и государства будет меньше отрицательных последствий. \_\_\_\_\_

**ПЕРЕЧЕРКНИТЕ** двумя линиями два последних столбца таблицы, если Вы выразили согласие.

**ВЫПОЛНИТЕ** тестовое задание. Отметьте один вариант ответа.

- Супруги должны сразу реагировать на ошибки друг друга  
А) да Б) нет
- В присутствии гостей, детей супругу можно сделать замечание  
А) да Б) нет
- Нужно стараться находить время для того чтобы хотя бы иногда отдохнуть друг от друга  
А) да Б) нет
- В ходе беседы с супругом разговор ведется только о конкретном поведении в конкретной ситуации  
А) да Б) нет
- В семейной жизни иногда лучше не знать правду, чем во что бы то ни стало установить истину  
А) да Б) нет

#### ЧАСТЬ 4 «Эмоция и оценка»



**Яна**

Студент группы  
«Связи с общественностью»

**ВПИШИТЕ** в столбик № 2 ассоциации, которые возникают у Вас с двумя группами студентов, имеющими проф. мотив «Руководствоваться совестью в процессе осуществления профессиональных функций» в состоянии баланса и дисбаланса.

**ПЕРЕПИШИТЕ** в столбик № 1 те ассоциации, которые Вы выразили вначале занятия.

Столбик № 1

Столбик № 2

Баланс \_\_\_\_\_

Баланс \_\_\_\_\_

Дисбаланс \_\_\_\_\_

Дисбаланс \_\_\_\_\_

**СРАВНИТЕ** ассоциации:

- Поменялись ли Ваши ассоциации? \_\_\_\_\_
- Если поменялись, то охарактеризуйте изменения: положительные, отрицательные, нейтральные.

#### ТЕМА 4. ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ КОНФЛИКТОВ МЕЖДУ РУКОВОДИТЕЛЕМ И ПОДЧИНЁННЫМ

Мотив № 4 Устанавливать контакты с людьми на разных уровнях обмена информацией

##### ЧАСТЬ 1 «Эмоция и оценка»



**Юлия, Яна**  
Студенты группы  
«Связи с общественностью»

**ВПИШИТЕ** в пустую строчку (1) результаты исследования проф. мотива в Вашей учебной группе (если такое исследование не проводилось, посмотрите результаты исследования другой учебной группы в приложении 1).

**ВПИШИТЕ** в пустую строчку (2) ассоциации, которые возникают у Вас с двумя группами студентов, имеющими проф. мотив в состоянии баланса и дисбаланса.

У (1) \_\_ студентов этот мотив будущей проф. деятельности находится в балансном состоянии  
(2) \_\_\_\_\_

У (1) \_\_ студентов этот мотив будущей проф. деятельности находится в дисбалансном состоянии  
(2) \_\_\_\_\_

**ПОДЧЕРКНИТЕ** характер Ваших ассоциаций: позитивные, негативные, нейтральные

**ОТВЕТЬТЕ** на вопрос: как Вы думаете, с чем связаны указанные результаты исследования проф. мотива у студентов? \_\_\_\_\_

##### ЧАСТЬ 2 «Информация»



**Ульяна Смоленская**  
PR-директор компании «Евросеть»

**ПОЗНАКОМЬТЕСЬ** с мнением У. Смоленской о том, на каких уровнях обмена информацией должен уметь работать специалист по связям с общественностью.



**ЕВРОСЕТЬ**

«Когда уже в Москве наступает утро, меня в почте ждут согласования комментариев и интервью от наших пиарщиков всех часовых поясов. Человек не может заниматься пиаром, если не умеет красиво и интересно писать тексты. Иначе на третьей фразе его комментария аудитория просто уснет, а журналист вряд ли захочет обратиться к нему снова. Они звонят каждое утро и спрашивают, что нового. И ты бежишь по отделам, маркетологам, аналитикам, «коммерсантам», стоишь у них над душой, отрываешь от дел, ходишь по пятам и ищешь информационные поводы. Но по любому информационному поводу, а также, в какой момент его можно подать, на «обед» или «на десерт», я всегда советуюсь с топ-менеджментом. Очень важно в работе пиарщика – не навредить.

Невозможно заниматься пиаром, не зная, что происходит в жизни сотрудников, которые каждый день, выходя на работу, становятся лицом компании для тысяч покупателей, визитной карточкой компании. Поэтому мне самой захотелось погрузиться во все внутренние процессы, узнать, что пишут сотрудники на внутреннем портале компании, что они говорят о своей работе на форумах и блогах. Наши телефоны размещены на сайте, в блоге, в свободном доступе в Интернете, поэтому нам звонят и покупатели, и представители различных компаний.

**ПОДЧЕРКНИТЕ** в точке зрения У.Смоленской уровни обмена информацией, на которых работает специалист по связям с общественностью.

**УКАЖИТЕ** в порядке возрастания уровни обмена информации специалиста по связям с общественностью с аудиторией, т.е. в первую строку впишите микроуровень, а в последнюю строку макроуровень.

Микроуровень обмена информацией \_\_\_\_\_

Макроуровень обмена информацией \_\_\_\_\_

**ПРОНУМЕРУЙТЕ** каждый указанный уровень обмена информацией, вписанный в пустые строки.

**ОТВЕТЬТЕ** на вопрос: способны ли Вы осуществлять свои профессиональные функции на всех уровнях обмена информацией? \_ \_ \_ \_ \_

**ИЗУЧИТЕ** первом столбце таблицы правила организации управленческой деятельности на микроуровне взаимодействия.

ПРАВИЛА ОРГАНИЗАЦИИ УПРАВЛЕНЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	История № 1	История № 2
1. Ставьте подчиненным ясные, конкретные и выполнимые задачи. <i>Распоряжение должно быть отдано простым, ясным языком. Не допускайте двусмысленности в содержании приказа. Задача должна соответствовать возможностям подчиненного.</i>		
2. Обеспечьте выполнение задачи всем необходимым. <i>Предоставление подчиненному инициативы в выполнении отданного распоряжения не означает самоустранения начальника от обеспечения его выполнения.</i>		
3. Приказы, распоряжения, требовательность к подчиненному должны быть обоснованы в правовом отношении. <i>Не идите вразрез с нормативными требованиями, не ущемляйте человеческое достоинство.</i>		
4. Текущий контроль снижает вероятность возникновения конфликтов. <i>Это происходит в связи с качеством выполнения указания, но контроль не должен превращаться в мелочную опеку.</i>		
5. Не спешите с однозначной оценкой результатов деятельности подчиненного. <i>Если вы не уверены в том, что глубоко изучили итоги деятельности подчиненного, то лучше с оценкой не спешить.</i>		
6. Не стремитесь в короткий срок перевоспитать нерадивого подчиненного. <i>Решительные попытки «сделать из него человека» ни к чему хорошему не приведут. Процесс воспитания – длительный процесс. Поэтому, проводя воспитательную работу с подчиненными, не рассчитывайте на быстрые и немедленные положительные результаты.</i>		
7. Критикуйте после того как похвалите. <i>Начав разговор с подчиненным с положительных аспектов в его работе, вы тем самым настроите его на положительное отношение к вам. Критика, исходящая от вас, будет восприниматься более конструктивно.</i>		
8. Критикуйте и оценивайте не личность, а поступок, результаты служебной деятельности. <i>Переход на личностные оценки с использованием обобщающих формулировок («Вы никогда ничего вовремя не можете выполнить», «Вы всегда отличаетесь недобросовестностью») провоцирует подчиненного на конфликт.</i>		
9. Давая критическую оценку подчиненному, не переносите её на всю соц. группу, к которой он принадлежит.		
10. Избегайте жестких, категоричных и запугивающих по форме оценок поведения и деятельности подчиненных. <i>Чем резче обращаются к человеку, тем интенсивнее он настраивается на возможное противодействие по отношению к источнику такого обращения. Кроме того, вы можете ошибаться в даваемых оценках, а их категоричность усугубит неправоту.</i>		
11. Всеми силами боритесь с проявлениями негативных эмоций в общении с подчиненными. <i>Гнев, злость, досада – плохие советчики при решении любой проблемы.</i>		
12. Реже наказывайте и чаще помогайте подчиненным исправлять ошибки (меньше наказаний – меньше проблем)		
Номера макро- и микроуровней обмена информацией, на которые распространяется правила организации управленческой деятельности	_ _ _ _ _	
Номера макро- и микроуровней обмена информацией, на которых повлияло нарушение правил организации управленческой деятельности	_ _ _ _ _	_ _ _ _ _

**ВПИШИТЕ** в предпоследнюю строку таблицы номера микроуровней обмена информацией, указанные У.Смоленской, на которые распространяются правила организации управленческой деятельности используемые специалистом по связям с общественностью.

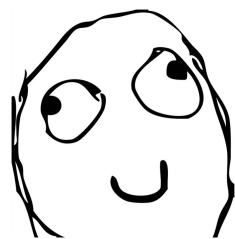
**ПРОЧИТАЙТЕ** две истории, рассказанные заказчиками услуг специалиста по связям с общественностью.

**История № 1.** «*Был у меня один пиарщик, который на мою просьбу сделать PR-концепцию написал мне сказку. Это была именно сказка, в которой фигурировал какой-то я, вроде как директор, а вроде как полубог —*

идеальный до невозможности. И наша компания была вроде как Царство небесное – такая у нас высокая миссия нести людям добро, и все такое елейное, что я не выдержал и спросил у этого: «Ты сам-то веришь в то, что написал? А если бы прочитал такое в прессе о компании – поверил бы?» «Спец» потупился и спросил: «А какой же образ компании вы хотите сформировать? Обычно все хотят быть белыми и пушистыми – народ верит именно таким компаниям и относится к ним лояльно». Я не выдержал, накричал на него и уволил. А потом узнал, что он позже работал в штабе одного из победивших кандидатов в депутаты.



**История № 2.** «У меня был курьезный и неприятный случай общения с PR-агентством. Я заказал у них пиар нашего нового продукта и не договорился с ними о конкретике. То есть заплатил сумму за их работу и не спросил, сколько материалов, публикаций и сюжетов они планируют. Видимо, прекрасно понимая это, мне предоставили тонюсенькую папочку, когда пришло время отчитываться за проделанную работу. Там были вырезки из двух газет и одного специализированного журнала, где мой продукт упоминался лишь в одном предложении. Я был в шоке. Ругался, а пиарищица пыталась объяснить мне, что ведь дело не в количестве слов, что в противном случае нужно было не пиар заказывать, а оплатить рекламные площадки и сделать на них по 100 надписей с названием продукта».



**ОТМЕТЬТЕ** в таблице для каждой истории с помощью символа «1» правило организации управленческой, которое использует руководитель (рассказчик истории) и с помощью символа «0» правило, которое не использует руководитель в процессе организации управленческой деятельности.

**УКАЖИТЕ** в последней строке таблицы номера макро- и микроуровней обмена информацией, на которые повлияло нарушение правил организации управленческой деятельности, представленное в двух рассказанных историях.

### **ЧАСТЬ 3 «Решение»**

**ИЗУЧИТЕ** три ситуации организации управленческой деятельности.

**Ситуация № 1. Использование параллельных потоков информации.** Руководители никому, кроме себя любимых, не доверяют. Поэтому с одной стороны пиарщику дают задание продвигать фирму, а с другой, одновременно, по своим личным связям со СМИ, размещают материалы, никак не согласующиеся с теми, которые задуманы и размещены пиарщиком.

**Ситуация № 2. Внутренняя и внешняя среда.** Руководитель часто считает, что имидж или репутация, которыми занимается пиарщик, могут быть никак не связаны с тем, что на предприятии реально происходит. То есть, что прессе можно просто врать.

**Ситуация № 3. Ошибки, связанные с антикризисным пиаром.** Допустим, происходит или должна произойти какая-то неприятность. В этой ситуации руководители часто допускают две контрошибки. Первая - когда вокруг не очень значимых проблем, о которых бы так никто и не узнал, раскручивается антикризисная кампания: «Если мы не скажем об этом первыми, об этом заговорят все и в неудобном для нас ключе». И вот, никто еще ничего не знает, но все газеты в лесу выходят с оплаченными статьями, в которых... «Да, конечно, так произошло... Но!!!». Вторая ошибка – противоположная. Когда все знают о том, что произошло, но пиар-служба, по приказанию руководства, либо молчит, либо все отрицает.

**УКАЖИТЕ** во втором столбце таблицы для каждой ситуации название уровня, на котором происходит обмен информацией.

**ПОСТАВЬТЕ** в третий столбец таблицы для каждой ситуации номер правила(а) организации управленческой деятельности, с помощью которого дайте рекомендацию руководителю об изменении модели его поведения.

Номер ситуации	Уровень обмена информацией	Номер правила организации управленческой деятельности	Номер правила организации управленческой деятельности, указанного И. Романовым	Отметка о соответствии правил
№ 1				
№ 2				
№ 3				
Итого				





**Игорь Владимирович Романов**

Директор агентства  
коммуникативного менедж-  
мента «Столица» (г.Воронеж)

**ИЗУЧИТЕ** рекомендации (выходы) для каждой из трёх ситуаций, которые предлагает использовать руководителю И. В. Романов при организации управленческой деятельности.

**Ситуация № 1.** Выход – продумать совместно с пиарщиком единую стратегию продвижения и, по возможности, не отходить от нее.

**Ситуация № 2.** Выход – понимать, что окружающие вовсе не так глупы, как хотелось бы руководителю. Попросту – не врать.

**Ситуация № 3.** Выход - пиар-служба должна мониторить общественное мнение и четко просчитывать - о чем будут говорить через минуту.

**УКАЖИТЕ** напротив каждой ситуации в столбце № 4 номер правила, которое нужно использовать в ходе организации управленческой деятельности, по мнению И.В. Романова.

**ОТМЕТЬТЕ** в столбце № 5 с помощью символа «1» правила, которые совпали в столбцах № 3 и № 4.

**ВПИШИТЕ** одно из слов «могу» «буду стараться» в пустую строку.

Я \_\_\_\_\_ устанавливать контакты с людьми на разных уровнях обмена информацией.

**ВЫПОЛНИТЕ** тестовое задание. Отметьте один вариант ответа.

1. Руководитель должен стараться

- А) предупреждать конфликты
- Б) разрешать конфликты
- В) наказывать подчинённых

4. Выберите верную формулировку, которую должен использовать руководитель

- А) Ваш поступок недобросовестный
- Б) Вы всегда отличаетесь недобросовестностью
- В) Вы недобросовестный человек

2. Выберите верное правило организации управленческой деятельности для руководителя

- А) распоряжения не обязательно должны соответствовать возможностям подчиненного
- Б) распоряжения должны быть отданы простым языком
- В) категорично оценивайте результаты деятельности

5. При анализе результатов деятельности подчиненного, руководитель

- А) сначала проводит критический анализ, а затем хвалит
- Б) сначала хвалит, а затем осуществляет критический анализ
- В) одновременно хвалит и осуществляет критический анализ

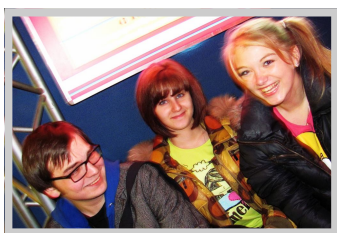
3. Выберите верное утверждение

- А) руководитель может использовать возможность демонстрации своих негативных эмоций
- Б) руководитель должен критиковать личность подчиненного, а не его поступок
- В) решительные попытки «сделать из подчиненного человека» ни к чему хорошему не приведут

#### **ЧАСТЬ 4 «Эмоция и оценка»**

**ВПИШИТЕ** в столбик № 2 ассоциации, которые возникают у Вас с двумя группами студентов, имеющими проф. мотив «Устанавливать контакты с людьми на разных уровнях обмена информацией» в состоянии баланса и дисбаланса.

**ПЕРЕПИШИТЕ** в столбик № 1 те ассоциации, которые Вы выразили вначале занятия.



**Евгений, Юлия, Дарья**  
Студенты группы  
«Связи с общественностью»

Столбик № 1

Столбик № 2

Баланс \_\_\_\_\_

Баланс \_\_\_\_\_

Дисбаланс \_\_\_\_\_

Дисбаланс \_\_\_\_\_

**СРАВНИТЕ** ассоциации:

1. Поменялись ли Ваши ассоциации? \_\_\_\_\_
2. Если поменялись, то охарактеризуйте изменения: положительные, отрицательные, нейтральные.



## ТЕМА 5. ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ КОНФЛИКТОВ МЕЖДУ УЧЕНИКАМИ В ШКОЛЕ

Мотив № 5 В нужный момент взять на себя роль лидера, организатора

### ЧАСТЬ 1 «Эмоция и оценка»



Яна  
Студент группы  
«Связи с обществом»

**ВПИШИТЕ** в пустую строчку (1) результаты исследования проф. мотива в Вашей учебной группе (если такое исследование не проводилось, посмотрите результаты исследования другой учебной группы в приложении 1).

**ВПИШИТЕ** в пустую строчку (2) ассоциации, которые возникают у Вас с двумя группами студентов, имеющими проф. мотив в состоянии баланса и дисбаланса.

У (1) \_\_ студентов этот мотив будущей проф. деятельности находится в балансном состоянии

(2) \_\_\_\_\_

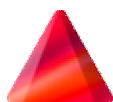
У (1) \_\_ студентов этот мотив будущей проф. деятельности находится в дисбалансном состоянии

(2) \_\_\_\_\_

**ПОДЧЕРКНИТЕ** характер Ваших ассоциаций: позитивные, негативные, нейтральные

**ОТВЕТЬТЕ** на вопрос: как Вы думаете, с чем связаны указанные результаты исследования проф. мотива у студентов? \_\_\_\_\_

### ЧАСТЬ 2 «Информация»



ГРАНИ.LV

**ПОЗНАКОМЬТЕСЬ** с новостями на сайте «ГРАНИ.LV». События в городе Ньютаун, США, подвергли в шок не только Америку и весь мир, но в том числе и учёных. Оружейная компания из Мериленда решила перехватить инициативу в защите учителей и приспособить

окружающую среду школы, для защиты от агрессивных учеников. Таким образом, была создана доска - пуленепробиваемый щит, который можно использовать и для учебы и для обороны.

При опасности учитель сможет заслонить детей пуленепробиваемой доской-щитом, который способен поглотить около 10 выстрелов из малокалиберного оружия. Подразумевается, что этого должно быть достаточно, что бы преступник отступил. Стоимость приборов - 299\$ для «стандарта» и 109\$ для мини.



**ОТВЕТЬТЕ** на вопрос: может ли пуленепробиваемая доска стать средством предупреждения конфликтов между школьниками? \_\_\_\_\_

**ПРЕДЛОЖИТЕ** методы предупреждения конфликтов между школьниками

1. \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_

**УКАЖИТЕ** каналы коммуникации, которые можно использовать для того чтобы эффективно использовать предложенные Вами методы предупреждения конфликтов между школьниками?

1. \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_

**ОЦЕНИТЕ** по 5-ти балльной шкале свои организационные способности, которые Вы можете задействовать в ходе использования указанных Вами каналов.

1	2	3	4	5	



**ИЗУЧИТЕ** основную причину конфликта между школьниками. Наиболее распространены среди обучающихся конфликты лидерства, в которых отражается борьба двух-трех лидеров и их группировок за первенство в классе.

О.Ситковская, О. Михайлова: «Путь к лидерству связан с демонстрацией превосходства, цинизма, жестокости, безжалостности».

**ВЫРАЗИТЕ** обоснованное согласие/несогласие с утверждением, что демонстрация превосходства, цинизма, жестокости, безжалостности в школе являются нормой поведения. \_\_\_\_\_

**ИЗУЧИТЕ** методы предупреждения конфликтного поведения школьников

1. Усвоение ребенком духовных, нравственных ценностей
2. Дисциплина – умение обеспечить ребенку необходимую для его полноценного развития свободу в рамках разумного подчинения порядку
3. Использование педагогической тактики «сотрудничества» при общении с другими учениками
4. Учитель обязан вмешиваться в конфликты. Это не означает их подавление. В зависимости от ситуации может быть необходимо административное вмешательство, а может быть – добрый совет.
5. Вовлечение конфликтующих сторон в совместную деятельность

**ОТВЕТИТЕ** на вопрос: к какому из предложенных методов, наиболее близок (близки) те методы предупреждения конфликтов между школьниками, которые Вы указали в начале занятия? \_\_\_\_\_



**Александра Владимировна  
Усанова**  
Глава PR-агентства  
«Техностар Медиа  
Менеджмент»

**ПОЗНАКОМЬТЕСЬ** с А.В. Усановой, которая отмечает: «PR нужен и школе, и ссузу, и вузу, и любым другим государственным учреждениям, которые по определению взаимодействуют с общественностью, можно сказать громче - обществом. Тут, конечно, другой вопрос встает - о финансировании, потому что регулярная PR-работа - это ресурсы, особенно если речь идет о работе с внешними аудиториями. Из форматов PR я бы еще особенно выделила внутрикорпоративные коммуникации, т.е. формирование хорошей атмосферы в коллективе - как преподавательском, так и ученическом. Вот это, думаю, под силу и без финансирования - силами самого коллектива, что многие успешно делают. А когда «внутри» все хорошо - то и «снаружи» это оценят и увидят».

**TSG**

**ТЕХНОСТАР**  
медиа менеджмент

Агентство осуществляло PR-поддержку  
Всероссийского конкурса  
«Директор школы – 2010»

**ОТВЕТИТЕ** на вопрос: может ли специалист по связям с общественностью организовать коммуникацию между школьниками, таким образом, чтобы предупредить конфликтное взаимодействие между ними? \_\_\_\_\_

**УКАЖИТЕ** во втором столбце таблицы «Лидеров мнений», которых может использовать специалист по связям с общественностью в ходе применения методов предупреждения конфликтов между школьниками.

Методы предупреждения конфликтов	«Лидер мнения»
1. Усвоение ребенком духовных, нравственных ценностей	
2. Дисциплина—обеспечение свободы в рамках разумного подчинения порядку	
3. Использование педагогической тактики «сотрудничества» при общении с другими учениками	

4. Учитель обязан вмешиваться в конфликты. Это не означает их подавление. В зависимости от ситуации может быть необходимо административное вмешательство, а может быть – добрый совет.	
5. Вовлечение конфликтующих сторон в совместную деятельность	

**ОТВЕТЬТЕ** на вопрос: может ли специалист по связям с общественностью стать неформальным лидером в ходе предупреждения конфликтов между школьниками? \_\_\_\_\_

### Часть 3. Решение



**Олег Ульяновский**  
Основатель и генеральный директор  
Твиди, Интернет-портала для детей и подростков

**ИЗУЧИТЕ** мнение О. Ульянского:

«У нас есть иллюзия, что мы можем ограничить поток информации, но дети большую часть времени неконтролируемы. Посещаемость сайта Твиди дает хорошую картинку: посещаемость растет в час дня, после того, как дети приходят из школы, потом она падает около шести часов вечера – родители приходят с работы и заставляют делать уроки, потом еще один пик посещаемости с девяти до десяти часов вечера. Дети уже есть в интернете, поэтому родители должны с ними общаться на эту тему, обсуждать с ними все. Моя дочь в 11 лет зашла на сайт секс-аниме по запросу Аниме, мы обсудили с ней эту ситуацию и она не стала проблемой.



Дети от нас сильно отличаются, им это не интересно. У нас другая картина мира. Мы боимся, когда ребенок берет нож, но не боимся, когда он берет полиэтиленовый пакет. А смертность от пакетов больше, чем от

ножей. Дети воспринимают опасность интернета и ТВ по-разному. Они не дураки и понимают, что интернет интерактивен и опасен. Отличие нас от детей в том, что они более продвинуты. Они следят за родителями и учителями в социальных сетях и видят фотки, которые вставляют учителя в Фейсбуке. Наше мнение для них не авторитет. Важнее мнение одноклассников и френдов».

**УКАЖИТЕ** методы предупреждения конфликтов между школьниками, о значении которых говорит О. Ульяновский. \_\_\_\_\_

**ПОДЧЕРКНИТЕ** в высказывании О. Ульянского тех «Лидеров мнений», которые могут стать субъектами, оказывающими влияние на предупреждение конфликтов между школьниками.

**ОТВЕТЬТЕ** на вопрос: каким образом Вы можете использовать имидж «Лидеров мнений» в ходе предупреждения конфликтов между школьниками? \_\_\_\_\_

**УКАЖИТЕ** канал коммуникации, на котором, по мнению О. Ульянского, осуществляется снижение агрессивности и осуществляется предупреждение конфликтов между школьниками \_\_\_\_\_

**ОЦЕНИТЕ** уровень лидерских и организационных способностей О. Ульянского по предупреждению конфликтов между школьниками, используя 5-ти балльную шкалу

1	2	3	4	5

**ВПИШИТЕ** первые буквы своего имени и фамилии в пустую строку.

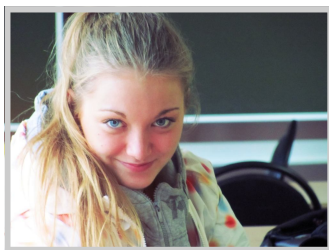
« \_\_\_\_\_ » «О.У»

**СРАВНИТЕ** оценку, которую Вы поставили себе, оценивая свои организационные способности в начале занятия и оценку, которую Вы поставили О. Ульянкову (используйте знаки > < =).

**ВЫПОЛНИТЕ** тестовое задание. Отметьте один вариант ответа.

- Эффективный метод предупреждения конфликтов между школьниками  
 А) невмешательство в проблемную ситуацию учителя  
 Б) вовлечение сторон в совместную деятельность  
 В) использование стратегии соперничества
- Организация дисциплины – это метод предупреждения конфликтов между школьниками  
 А) да  
 Б) нет  
 В) иногда
- Педагогическая тактика «сотрудничества» при общении с другими учениками — это метод предупреждения конфликтов между учениками  
 А) да  
 Б) нет  
 В) иногда
- Выберите верное утверждение  
 А) учитель не должен вмешиваться в конфликты между учениками  
 Б) учитель обязан вмешиваться в конфликты между учениками  
 В) учитель не имеет права вмешиваться в конфликты между учениками
- Усвоение ребенком духовных, нравственных ценностей — это  
 А) канал  
 Б) средство  
 В) метод

#### **ЧАСТЬ 4 «Эмоция и оценка»**



**Дарья**  
Студент группы  
«Связи с общественностью»

**ВПИШИТЕ** в столбик № 2 ассоциации, которые возникают у Вас с двумя группами студентов, имеющими проф. мотив «В нужный момент взять на себя роль лидера, организатора» в состоянии баланса и дисбаланса.

**ПЕРЕПИШИТЕ** в столбик № 1 те ассоциации, которые Вы выразили вначале занятия.

Столбик № 1

Столбик № 2

Баланс \_\_\_\_\_ Баланс \_\_\_\_\_  
 Дисбаланс \_\_\_\_\_ Дисбаланс \_\_\_\_\_

**СРАВНИТЕ** ассоциации:

- Поменялись ли Ваши ассоциации? \_\_\_\_\_
- Если поменялись, то охарактеризуйте изменения: положительные, отрицательные, нейтральные.

### **ТЕМА 6. РЕГУЛИРОВАНИЕ ИННОВАЦИОННЫХ КОНФЛИКТОВ**

**Мотив № 6** Продвижение по карьерной лестнице

#### **ЧАСТЬ 1 «Эмоция и оценка»**



**Максим**  
Студент группы  
«Связи с общественностью»

**ВПИШИТЕ** в пустую строчку (1) результаты исследования проф. мотива в Вашей учебной группе (если такое исследование не проводилось, посмотрите результаты исследования другой учебной группы в приложении 1).

**ВПИШИТЕ** в пустую строчку (2) ассоциации, которые возникают у Вас с двумя группами студентов, имеющими проф. мотив в состоянии баланса и дисбаланса.

У (1) \_\_ студентов этот мотив будущей проф. деятельности находится в балансном состоянии  
 (2) \_\_\_\_\_

У (1) \_\_ студентов этот мотив будущей проф. деятельности находится в дисбалансном состоянии  
 (2) \_\_\_\_\_

**ПОДЧЕРКНИТЕ** характер Ваших ассоциаций: позитивные, негативные, нейтральные

**ОТВЕТЬТЕ** на вопрос: как Вы думаете, с чем связаны указанные результаты исследования проф. мотива у студентов? \_\_\_\_\_



## ЧАСТЬ 2 «Информация»



**Николай Иванович Лапин**  
Член-корреспондент РАН, заведующий лабораторией Института философии РАН

**ИЗУЧИТЕ** определение, которое даёт Н.И. Лапин.

**Нововведение** – это процесс создания, распространения и использования нового практического средства (новшества) для новой (или лучшего удовлетворения уже известной) общественной потребности, одновременно это есть процесс сопряженных с данным новшеством изменений в той социальной и вещественной среде, в которой совершается его жизненный цикл.

**ПРОАНАЛИЗИРУЙТЕ** содержание определения:

1. Пронумеруйте три этапа нововведения как процесса
2. Подчеркните словосочетание, указывающее на непосредственное назначение нововведения
3. Обведите с помощью круга последствия внедрения нововведения
4. Укажите с помощью символа «●» одну среду, которая отвечает за барьеры, встречающиеся на пути нововведения



**ОБРАТИТЕ** внимание Иногда отсроченные и косвенные негативные последствия нововведения полностью перекрывают его позитивный непосредственный эффект. Поэтому инновация нередко выступает в качестве объекта конфликта.

**РАССМОТРИТЕ** этапы построения карьеры

- 1) сотрудник после обучения какое-то время адаптируется
- 2) становится «своим среди своих»
- 3) становится лучшим среди обычных
- 4) становится лучшим среди мастеров
- 5) достигает уровня наставника, способного передать опыт ученикам

**ОТВЕТЬТЕ** на вопрос: на каком этапе (этапах) построения карьеры PR-специалист сталкивается с конфликтами в ходе внедрения собственных новшеств? \_\_\_\_\_

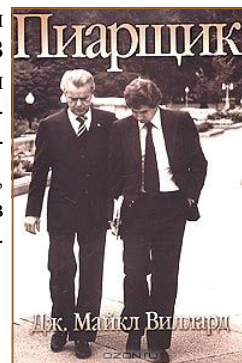


**Майкл Виллард**  
Возглавляет группу компаний «Виллард Групп», занимающуюся PR и рекламой, с главным офисом в Киеве и филиалами в Москве

**ПОЗНАКОМЬТЕСЬ** М. Виллардом, который написал книгу «Пиарщик»: путешествие в «паблик рилейшнз». В книге не просто описаны личные успехи, поражения и подъемы автора, она переполнена ноу-хау в «паблик рилейшнз», накопленные за более чем четверть века работы в этой сфере. Является новатором в современном ПР, он и его команда признаны ведущими консультантами в Восточной Европе по подготовке к кризису и управлению в условиях кризиса.

**ОБРАТИТЕ** внимание на процесс продвижения по карьерной лестнице М. Вилларда

- \_\_\_\_\_ начал работать репортером, еще будучи студентом;
- \_\_\_\_\_ начальник отдела новостей в информационном агентстве United Press International;
- \_\_\_\_\_ пресс-секретарь, а потом и директор офиса сенатора Роберта Берда в Вашингтоне;
- \_\_\_\_\_ исполнительный директор украинского представительства «Берсон-Марстеллер»;
- \_\_\_\_\_ ведущий специалист по связям с общественностью в странах Центральной и Восточной Европы;
- \_\_\_\_\_ возглавляет группу компаний «Виллард Групп», занимающуюся PR и рекламой, с главным офисом в Киеве и филиалами в Москве.



**ПОСТАВЬТЕ** напротив карьерных достижений М.Вилларда номера этапов построения карьеры.



**ВЫРАЗИТЕ** согласие/ несогласие с утверждением: имиджа в пиаре не должно быть.

-----  
-----  
-----

**ПРОАНАЛИЗИРУЙТЕ** высказывание «имиджа в пиаре не должно быть» как то, которое относится к новому и необычному.

1. К какому этапу нововведения относится процесс предложения данного высказывания \_\_\_\_\_

2. Потребность какого (их) субъекта (ов) удовлетворит/неудовлетворит специалист по связям с общественностью, соглашаясь с данным утверждением \_\_\_\_\_

3. Какие изменения произойдут в социальной среде если специалист по связям с общественностью соглашается с данным утверждением \_\_\_\_\_  
-----  
-----

**ОЗНАКОМЬТЕСЬ** с мнением М.Вилларда: *«Имиджа в пиаре не должно быть. Если вы думаете иначе, вы проиграли. Клиентам нужна не идея — им нужны результаты. Имидж в пиаре — это чушь чушью. Он может создать ложное восприятие, но с кем бы вы ни работали, правда всегда выйдет наружу. И карточный домик рассыплется».*

**ОТВЕТЬТЕ** на вопрос: как Вы думаете, какую роль играет нововведение в такой карьере как у М. Вилларда?

-----  
-----

**ИЗУЧИТЕ** рекомендации по предупреждению и регулированию инновационного конфликта.

1. Внедрение любых новшеств является в большей мере не техническим, а социальным и психологическим процессом (чем выше профессионализм и нравственность оппонентов, тем более конструктивно разрешается конфликт; нравственные качества оказывают более существенное влияние на ход инновационного процесса) \_\_\_\_\_

2. Чем более существенны негативные эмоции, переживаемые оппонентами по отношению друг к другу, тем менее конструктивный характер имеет конфликт (если оппоненты переживают слабые негативные эмоции, то 25% конфликтов завершается деструктивно; если испытывают сильные негативные эмоции, то 70% конфликтов завершается деструктивно) \_\_\_\_\_  
-----

3. Чем более конструктивна позиция оппонента, тем больше вероятность его победы в конфликте \_\_\_\_\_

4. Поспешно внедряемые нововведения вызывают большее сопротивление по сравнению с новшествами, вводимыми постепенно \_\_\_\_\_  
-----

5. Если оппоненту удастся заручиться поддержкой со стороны коллег, то вероятность разрешения конфликта в его пользу возрастает \_\_\_\_\_

- новаторам поддержка оказывается чаще (95% ситуаций), чем консерваторам (58%);  
- новаторов поддерживают исходя из деловых мотивов, а консерваторов из мотивов личного плана;  
- при высокой степени правоты оппонента (80-100%) и наличии поддержки в 17 раз (консерватор в 3,6 раза) чаще выигрывает конфликт.

6. Чем лучше члены коллектива информированы о сущности и особенностях нововведения, тем меньше \_\_\_\_\_

- степень информированности оппонентов о сущности нововведения;  
- способ внедрения новшеств;  
- скорость преобразований;  
- информированность руководства о нововведении.

**УКАЖИТЕ** около каждой рекомендации этап построения карьеры, на которой соответствие ей в ходе предложения новшества, будет для Вас простым и естественным процессом.



### ЧАСТЬ 3 «Решение»

**ИЗУЧИТЕ** два примера инновационных маркетинговых идей.

#### **№ 1 Компания Veinticuatrocientos**



**№ 1 Post My Pillow** или подушки для записей, на которых, можно писать. Цвет подушек Post My Pillow желтый (сходство с классическими бумажными стикерами).

Подушки для записей:

- идеальное решение для творческих личностей, которых посещают озарения во сне, или которые просто привыкли делать заметки везде, где можно – на полях книг, салфетках, обрывках газет;
- для записи вещих снов (не поднимая голову, и не открывая глаза);

- декор интерьера с помощью подушек, на которых можно создавать различные узоры и картинки;
- изготовлены подушки из специального материала, позволяющего делать на нем записи и рисунки, а потом смывать их обычной водой;
- писать на подушках нужно только специальным маркером, который продается в комплекте;

**№ 2 PillowTalk.** Подушка поможет справиться с бессонницей людям, привыкшим засыпать под стук сердца своего партнера.

Подушки с сердцебиением:

- имеют специальные сенсоры, которые улавливают сердцебиение пользователя, записывают и передают эти сигналы в реальном времени на такую же подушку партнера, который находится на расстоянии в тысячу миль;
- как только один из партнеров ложится спать, подушка второго начинает «светиться» и издавать привычный звук – стук сердца, как сигнал и приглашение ко сну любимого человека, который находится далеко;
- можно всегда знать, когда партнер лег спать и пожелать друг другу спокойной ночи в реальном времени, находясь друг от друга на расстоянии.
- содержит специальный пояс с сенсорами, который одевается на грудь и позволяет непосредственно улавливать сердцебиение партнера, встроенный трансивер, наушники и светодиоды, обеспечивающие легкую подсветку.

**Изобретение студентки Джоанны Монтомери**



**ВЫБЕРИТЕ** одну из идей и составьте текст презентации идеи с целью выпуска этой продукции для массовой аудитории. Покажите преимущества выбранной Вами идеи по сравнению с другой идеей.

Идея № \_\_\_\_\_

-----

-----

-----

-----

-----

-----

-----

-----

-----

-----

-----

-----

-----

-----

-----

-----

-----

-----

-----

-----

-----

-----

-----

**ПРОАНАЛИЗИРУЙТЕ** текст защиты с помощью заполнения инструментария. Поставьте символ «0» напротив той рекомендации по внедрению новшества, которую Вы не использовали в тексте защиты и символ «1» напротив той рекомендации, которую Вы учитывали.

1. Учítываю, что внедрение любых новшеств является в большей мере не техническим, а социальным и психологическим процессом \_\_\_\_\_
2. Регулирую негативные эмоции \_\_\_\_\_
3. Моя позиция конструктивна \_\_\_\_\_
4. Учítываю, что поспешно внедряемые нововведения вызывают большее сопротивление по сравнению с новшествами, вводимыми постепенно \_\_\_\_\_
5. Заручился поддержкой со стороны коллег \_\_\_\_\_
6. Хорошо информировал членов коллектива о сущности нововведения \_\_\_\_\_

**УКАЖИТЕ** количество рекомендаций, которые Вы учítывали в тексте защиты выбранной идеи и количество рекомендаций, которые Вами не учítывались:

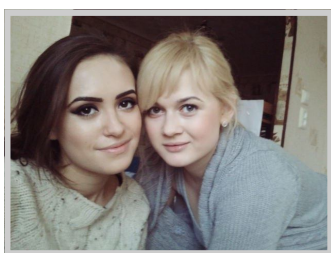
«1» \_\_\_\_\_

«0» \_\_\_\_\_

**ОТВЕТИТЕ** на вопрос: к какой стадии построения карьеры соответствует текст Вашей защиты? \_\_\_\_\_

**ВЫПОЛНИТЕ** тестовое задание. Отметьте один вариант ответа.

- |  |   |
|--|---|
| <p>1. Внедрение любых новшеств является в большей мере</p> <p>А) материальным и финансовым процессом</p> <p>Б) социальным и психологическим процессом</p> <p>В) экономическим и техническим процессом</p>  | <p>4. Чем более существенны негативные эмоции, переживаемые оппонентами по отношению друг к другу, тем</p> <p>А) менее конструктивный характер имеет конфликт</p> <p>Б) более конструктивный характер имеет конфликт</p> <p>В) менее разрушительный характер имеет конфликт</p> |
| <p>2. Нововведения вызывают меньшее сопротивление, если они внедряются</p> <p>А) постепенно</p> <p>Б) быстро</p> <p>В) поспешно</p>  | <p>5. Чем лучше члены коллектива информированы о сущности нововведения</p> <p>А) тем больше вероятность инновационных конфликтов</p> <p>Б) тем меньше вероятность инновационных конфликтов</p> <p>В) тем больше острота инновационных конфликтов</p>                            |
| <p>3. Чем более конструктивна позиция в ходе предложения новшества, тем</p> <p>А) меньше вероятность того, что новая идея будет принята</p> <p>Б) больше вероятность победы другой стороны, которая демонстрирует эмоции</p> <p>В) больше вероятность того, что новая идея будет принята</p> |   |



*Алёна, Юлия*  
Студенты группы  
«Связи с общественностью»

#### **ЧАСТЬ 4 «Эмоция и оценка»**

**ВПИШИТЕ** в столбик № 2 ассоциации, которые возникают у Вас с двумя группами студентов, имеющими проф. мотив «Продвижение по карьерной лестнице» в состоянии баланса и дисбаланса.

Столбик № 1

Столбик № 2

Баланс \_\_\_\_\_

Баланс \_\_\_\_\_

Дисбаланс \_\_\_\_\_

Дисбаланс \_\_\_\_\_

**ПЕРЕПИШИТЕ** в столбик № 1 те ассоциации, которые Вы выразили вначале занятия.

**СРАВНИТЕ** ассоциации:

1. Поменялись ли Ваши ассоциации? \_\_\_\_\_
2. Если поменялись, то охарактеризуйте изменения: положительные, отрицательные, нейтральные.

## ТЕМА 7. МЕХАНИЗМЫ ВОЗНИКНОВЕНИЯ МЕЖГРУППОВЫХ КОНФЛИКТОВ

Мотив № 7 Обмениваться научными знаниями с коллегами

### ЧАСТЬ 1 «Эмоция и оценка»



**Евгений**  
Студент группы  
«Связи с общественностью»

**ВПИШИТЕ** в пустую строчку (1) результаты исследования проф. мотива в Вашей учебной группе (если такое исследование не проводилось, посмотрите результаты исследования другой учебной группы в приложении 1).

**ВПИШИТЕ** в пустую строчку (2) ассоциации, которые возникают у Вас с двумя группами студентов, имеющими проф. мотив в состоянии баланса и дисбаланса.

У (1) \_\_ студентов этот мотив будущей проф. деятельности находится в балансном состоянии

(2) \_\_\_\_\_

У (1) \_\_ студентов этот мотив будущей проф. деятельности находится в дисбалансном состоянии

(2) \_\_\_\_\_

**ПОДЧЕРКНИТЕ** характер Ваших ассоциаций: позитивные, негативные, нейтральные

**ОТВЕТИТЕ** на вопрос: как Вы думаете, с чем связаны указанные результаты исследования проф. мотива у

### ЧАСТЬ 2 «Информация»



**Наталья Мандрова**  
Генеральный директор агентства  
корпоративных и финансовых  
коммуникаций Primum, президент  
российского отделения IABC

**primum**<sup>TM</sup>

**ПОЗНАКОМЬТЕСЬ** с Н. Мандровой, которая отвечает на вопрос участника онлайн-конференции на Российском PR-портале.

И. Смирнова (участник): «Чего не хватает российскому PR-сообществу? И вообще оно существует или есть только московское PR-сообщество и питерское PR-сообщество?»

Н. Мандрова: «Это отдельная задача – создать точку сборки, чтобы, действительно, можно было говорить, что есть московское или питерское сообщество. В любом случае, это задача не на один год. Относительно того, что не мешало бы нашему сообществу, так это организации постоянного потока обмена знаниями и практиками. Без этого мы еще долго будем считать нашу школу вторичной по отношению к западным. А это не так».

**НАЗОВИТЕ** формы коммуникации, позволяющие постоянно обмениваться знаниями специалистам по рекламе и связям с общественностью. \_\_\_\_\_

**ОБРАТИТЕ** внимание на форму обмена знаниями, которую предлагает А. Баранников: «Балтийский PR Уикенд - это действительно площадка для общения, где каждый из участников действительно находит для себя полезные контакты. Кроме того, это знания, которых нам не хватает».



**ДОПИШИТЕ** название формы обмена знаний, о значении которой говорит ген. директор SPN Ogilvy - коммуникационного агентства, являющегося организатором конференции для специалистов по связям с общественностью «Baltic PR Weekend».

**Ogilvy**

Ogilvy Public Relations Worldwide

**ОБРАТИТЕ** внимание, на то, что коммуникационное агентство SPN Ogilvy в своём названии содержит имя «отца рекламы» Дэвида Огилви.



**Андрей Баранников**  
Председатель оргкомитета международной  
конференции The Baltic PR Weekend  
Ген. Директор SPN Ogilvy  
и одна из участниц конференции

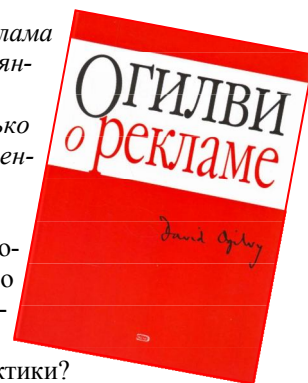
**ОТВЕТЬТЕ** на вопрос: какими знаниями обмениваются специалисты по связям с общественностью и специалисты по рекламе на конференциях, конкурсах, форумах \_\_\_\_\_



**Дэвид Огилви**  
Основатель рекламного агентства  
Ogilvy & Mather

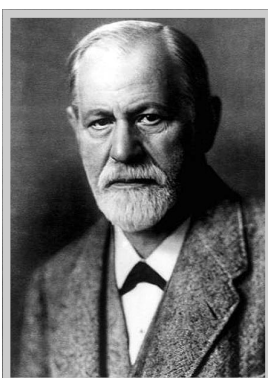
**ПРОЧИТАЙТЕ** цитату Д. Огилви: «Реклама похожа на радарную установку, постоянно высвечивающую новых потенциальных потребителей, как только они появляются в интересующем ее сегменте рынка. Создайте хороший радар».

**ОТВЕТЬТЕ** на вопрос: являются ли профессиональные группы специалистов по связям с общественностью и специалистов по рекламе конкурентами в области реализации своей профессиональной практики?



**ПРЕДПОЛОЖИТЕ:** при каких условиях «пиарщики» и «рекламщики» будут конфликтовать? \_\_\_\_\_

**ИЗУЧИТЕ** механизмы возникновения межгрупповых конфликтов.



**Зигмунд Фрейд**  
Австрийский психиатр

### **1. Межгрупповая враждебность**

1. З. Фрейд: межгрупповая враждебность является универсальной для любого взаимодействия групп.

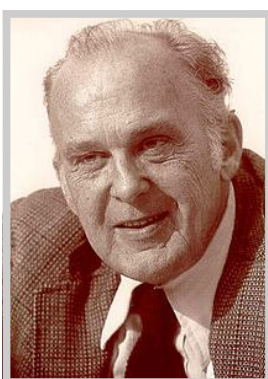
Функция межгрупповой враждебности: средство поддержания сплочённости группы.

2. Л. Берковитц: неизбежным является перенос агрессии на всех «других», «похожих» на тех, кто оказал на него фрустрирующее воздействие в прошлом, в процессе «социального научения».

Проявление межгрупповой агрессии возможно даже в том случае, когда человек непосредственно не испытывал фрустрирующего воздействия, а лишь являлся его пассивным свидетелем.



**Леонард Берковитц**  
Американский психолог



**Дональд Томас Кэмпбелл**  
Американский психолог

### **2. Объективный конфликт интересов** Д.Т. Кэмпбелл

1. Конфликт интересов различных групп может вызвать межгрупповой конфликт

2. Имевший место в прошлом межгрупповой конфликт обуславливает восприятие угрозы отдельными членами группы со стороны другой группы

3. Угроза обуславливает внутригрупповую солидарность

4. Угроза увеличивает непроницаемость групповых границ

5. Угроза уменьшает отклонение индивидов от групповых норм

6. Угроза увеличивает меру наказания и степень отверженности нарушивших верность своей группе

### **3. Внутригрупповой фаворитизм** К. Фергюссон, Х. Келли, Д. Рабби, М. Горвитц

Межгрупповая конфликтность может наблюдаться и без объективного конфликта интересов, а только благодаря определенным познавательным процессам. Данный феномен получил название «внутригрупповой фаворитизм» (благоприятствование членам своей группы в противовес членам другой группы).





**ПРЕДСТАВЬТЕ**, что Вы сейчас можете сделать выбор:

01 быть специалистом по связям с общественностью

02 стать специалистом по созданию и распространению рекламы

← **ОБВЕДИТЕ** код своего выбора

**ВПИШИТЕ** свой ответ в пустую строчку второго столбца таблицы «Ваш ответ как \_\_»

**РАССМОТРИТЕ** свой выбор с точки зрения теорий возникновения межгрупповых конфликтов, отвечая на вопросы во втором столбце таблицы. Категории «враждебность», «агрессия», «угроза», заключены в кавычки, т.к. являются условной для сферы различения профессии, специалиста по связям с общественностью и специалиста по созданию и распространению рекламных сообщений.

Вопросы по теориям межгрупповой агрессии	Ваш ответ как _____
<b>Теория межгрупповой враждебности</b>	
1. Отличается ли профессиональная «враждебность» пиарщика и рекламщика от «враждебности» других профессиональных групп по З. Фрейду?	_____
2. Если бы «враждебность» пиарщика и рекламщика отсутствовала, то чтобы стало с выбранной Вами проф. группой по З.Фрейду?	_____
3. В связи с какими обстоятельствами по Л. Берковицу станет неизбежной «агрессия», обращенная к той профессиональной группе, которую Вы не выбрали?	_____
<b>Объективный конфликт интересов Д.Т. Кэмпбелл</b>	
1. Какие интересы Вас сталкивают с той профессией, которую Вы не выбрали?	_____
2. Повлиял ли на Вас прошлый опыт, в ходе выбора варианта профессии?	_____
3. Какая «угроза», исходящая от той группы, которую Вы не выбрали может повлиять на сплочение членов, выбранной Вами профессиональной группы?	_____
4. В какой форме проявиться непроницаемость профессиональных границ, той группы, которую Вы выбрали в случае «угрозы» от группы, в отношении которой Вами не был сделан выбор?	_____
5. Укажите нормы (правила) профессиональной деятельности, которые могли изменяться (были не строгими), а в условиях «угрозы» от той, группы которую Вы не выбрали стали строгими.	_____
6. Укажите наказание, если Вы отклонились от норм (правил) профессиональной деятельности и тем самым нарушили верность выбранной Вами группе.	_____
<b>Внутригрупповой фаворитизм К. Фергюссон, Х. Келли, Д. Рабби, М. Горвитц</b> Как объясняют авторы теории Ваш выбор профессиональной группы?	_____

**ОЦЕНИТЕ** по 5-ти балльной шкале риск потери ценных знаний, которые возникнут перед специалистом, в случае, если он будет враждебно воспринимать ту профессиональную группу, в отношении которой Вами не был сделан выбор.

(1— риск минимален; 5—риск максимален)

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---



### ЧАСТЬ 3 «Решение»



**Гай Гаевич Ханов**  
Президент холдинга  
«Паблсити»  
Кандидат исторических  
наук

**ПОЗНАКОМЬТЕСЬ** с Г.Г.Хановым, который разделяет PR и рекламу: *«Я очень внимательно исследовал проблемы PR и рекламы - во многом эти два вида деятельности пересекаются. Порой трудно определить, где кончается реклама и где начинается PR. Несколько утрируя, можно сказать, что реклама ближе к пропаганде и агитации. Ее задачи просты: создать имидж товара и обеспечить его продвижение на рынок. А решают их рекламщики или нет - проверить сложно. Задача PR - это создание и поддержание репутации с помощью различных технологий. По своим задачам PR серьезно отличается от рекламы. Слабые рекламные компании чувствуют, как их поджигают PR-агентства. И поэтому они с испугу начали заводить PR-отделы, которые практически неработоспособны. Я не знаю ни одного рекламного агентства, которое могло бы похвалиться настоящей PR-технологией. Поэтому крупные рекламные компании обращаются за помощью к PR-агентствам. У нас теплые отношения со многими рекламщиками, и мы не конкурируем друг с другом. Мы не можем конкурировать, так как и бюджеты у нас разные, и задачи разные. Мы работаем параллельно и пересекаемся только тогда, когда возникает необходимость, то есть если какой-то заказчик нас объединяет. Но мне никогда в голову не придет взять в свое агентство человека, который всю жизнь проработал в сфере рекламы».*

**Publicity**  
КОММУНИКАЦИОННАЯ ГРУППА

**ПОДЧЕРКНИТЕ** в высказывании Г.Г. Ханова о специалистах по связям с общественностью и специалистах по созданию и распространению рекламы ту информацию, которая, на Ваш взгляд, является новым знанием для Ваших однокурсников ?

**ВЫБЕРИТЕ** теорию возникновения межгрупповых конфликтов и рассмотрите высказывание Г.Г. Ханова с помощью её положений (Теория межгрупповой враждебности, теория объективного конфликта интересов, теория внутригруппового фаворитизма).

Теория \_\_\_\_\_  
Авторы теории \_\_\_\_\_

-----  
-----  
-----  
-----  
-----  
-----  
-----  
-----  
-----  
-----

**ОТВЕТЬТЕ** на вопросы:

1. Поддерживаете ли Вы взгляды Г.Г. Ханова \_\_\_\_\_
2. Можно ли Ваше мнение о профессии специалиста по связям с общественностью и специалиста по созданию и распространению рекламы рассматривать с помощью той, теории, которая использовалась Вами при анализе высказывания Г.Г. Ханова? \_\_\_\_\_

**ОТВЕТЬТЕ** на вопрос: какие новые знания по теме «Механизмы возникновения межгрупповых конфликтов» Вы можете передать тем однокурсникам, которые сегодня отсутствуют на занятии (или тем студентам, которые не знакомы с данной темой)?

1. \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_
4. \_\_\_\_\_
5. \_\_\_\_\_
6. \_\_\_\_\_
7. \_\_\_\_\_
8. \_\_\_\_\_
9. \_\_\_\_\_

**ВЫПОЛНИТЕ** тестовое задание. Отметьте один вариант ответа.

1. По мнению З. Фрейда, межгрупповая враждебность для групп является  
А) универсальной  
Б) индивидуальной  
В) неконтролируемой
2. По мнению Л. Берковица перенос агрессии на «других» является  
А) ненужным  
Б) неизбежным  
В) бесполезным
3. По мнению К. Фергюссона, Х. Келли, Д. Рабби, М. Горвитца, межгрупповая конфликтность может наблюдаться  
А) в условиях объективного конфликта интересов  
Б) только благодаря познавательным процессам  
В) в условиях реальной физической угрозы группе
4. По мнению Л. Берковица, угроза \_\_\_\_\_ меру наказания и степень отверженности нарушивших верность своей группе  
А) увеличивает  
Б) уменьшает  
В) не влияет на
5. Автор теории «Объективного конфликта интересов»  
А) З. Фрейд  
Б) Л. Берковиц  
В) Д.Т. Кемпбелл

#### **ЧАСТЬ 4 «Эмоция и оценка»**

**ВПИШИТЕ** в столбик № 2 ассоциации, которые возникают у Вас с двумя группами студентов, имеющими проф. мотив «Обмениваться научными знаниями с коллегами» в состоянии баланса и дисбаланса.



**Андрей**  
Студент группы  
«Связи с общественностью»

Столбик № 1

Баланс \_\_\_\_\_

Дисбаланс \_\_\_\_\_

Столбик № 2

Баланс \_\_\_\_\_

Дисбаланс \_\_\_\_\_

**ПЕРЕПИШИТЕ** в столбик № 1 те ассоциации, которые Вы выразили вначале занятия.

**СРАВНИТЕ** ассоциации:

1. Поменялись ли Ваши ассоциации? \_\_\_\_\_
2. Если поменялись, то охарактеризуйте изменения: положительные, отрицательные, нейтральные.

### **ТЕМА 8. СПЕЦИФИКА МЕЖЭТНИЧЕСКИХ КОНФЛИКТОВ**

**Мотив № 8** Обмениваться опытом с коллегами

#### **ЧАСТЬ 1 «Эмоция и оценка»**



**Юлия**  
Студент группы  
«Связи с общественностью»

**ВПИШИТЕ** в пустую строчку (1) результаты исследования проф. мотива в Вашей учебной группе (если такое исследование не проводилось, посмотрите результаты исследования другой учебной группы в приложении 1).

**ВПИШИТЕ** в пустую строчку (2) ассоциации, которые возникают у Вас с двумя группами студентов, имеющими проф. мотив в состоянии баланса и дисбаланса.

У (1) \_\_\_\_\_ студентов этот мотив будущей проф. деятельности находится в балансном состоянии  
(2) \_\_\_\_\_

У (1) \_\_\_\_\_ студентов этот мотив будущей проф. деятельности находится в дисбалансном состоянии  
(2) \_\_\_\_\_

**ПОДЧЕРКНИТЕ** характер Ваших ассоциаций: позитивные, негативные, нейтральные

**ОТВЕТИТЕ** на вопрос: как Вы думаете, с чем связаны указанные результаты исследования проф. мотива у студентов? \_\_\_\_\_

## ЧАСТЬ 2 «Информация»



**RASO**

**ПОЗНАКОМЬТЕСЬ** с одним из положений Меморандума «О состоянии общественных отношений в Российской Федерации в 2010-2011 годах» Высшего Экспертного Совета Российской Ассоциации по связям с общественностью: «Кризис межнациональных коммуникаций и необходимость серьезных перемен еще раз показали события этого года в нашей стране. Стихийный митинг на Манежной площади в Москве стал, прежде всего, результатом отсутствия доверительного диалога между национальными диаспорами. Чтобы достроить в России «вавилонскую башню» именно средствам коммуникации предстоит снова объединить все языки и народы. Но основа этого объединения (единения) должна быть принципиально иной, позволяющей каждой нации почувствовать и проявить свою уникальность, и одновременно общность со всеми народами России».

**ПРОЧИТАЙТЕ** одно из самых распространенных сообщений о причине конфликта, который послужил причиной стихийного митинга на Манежной площади в Москве: «Убийство Егора Свиридова вызвавшее массовые акции протеста в 12-ти городах России было совершено 6 декабря 2010 года в Москве. По подозрению в убийстве задержан ранее судимый уроженец Кабардино-Балкарии Аслан Черкесов, стрелявший в Егора и его друзей из травматического пистолета Streamer 2014. По словам друзей Свиридова, драка началась с того, что молодым людям кавказской внешности не понравилось поведение громко смеявшейся компании Свиридова. Согласно показаниям молодые люди, очевидно, решили, что смеялись над ними. Один из участников драки, в котором позже был опознан Аслан Черкесов, выстрелил 12 раз из травматического пистолета. Одна из 4 пуль попала в голову Егора. Более того, последние выстрелы он направил в уже лежащих оппонентов. Им было предъявлено обвинение по ч. 2 ст. 213 и ч. 2 ст. 116 УК РФ (хулиганство, совершенное по предварительному сговору группой лиц с применением оружия, и нанесение побоев из хулиганских побуждений).



**ОПИШИТЕ** содержание «ярлыка», который «наклеивается» представителям двух этносов в соответствии с образами Егора Свиридова и Аслана Черкесова \_\_\_\_\_

**ОТВЕТЬТЕ** на вопрос: может ли представленный конфликт называться межэтническим конфликтом? (ответ обоснуйте) \_\_\_\_\_

**РАССМОТРИТЕ** определение. Межэтнический конфликт—это конфликты, происходящие между отдельными представителями, социальными группами различных этносов, и конфронтацию двух или нескольких этносов.

**ИЗУЧИТЕ** факторы возникновения межэтнических конфликтов.

1. Этнопсихологический фактор—угроза насильственного разрушения привычного образа жизни, материальной и духовной культуры.
2. Социокультурный фактор—принудительная языковая ассимиляция, разрушения культуры и норм религиозного или цивилизационного свойства.
3. Социально-экономический фактор— может играть определяющую роль, быть одной из причин конфликта, отражать реальное социально-экономическое неравенство, мнимую дискриминацию или экономические интересы узких групп.
4. Политический фактор—отстаивание право на самоопределение меньшинства как равноправного члена международной политической системы, как нации среди наций.

**ОТВЕТЬТЕ** на вопросы

1. Какие факторы возникновения конфликта, произошедшего 6 декабря 2010, используются в «ярлыках», который наклеивают двум этносам? _____ _____ _____ _____	2. Какая причина конфликта, произошедшего 6 декабря 2010, указывается при вынесении обвинения по ч. 2 ст. 213 и ч. 2 ст. 116 УК РФ? _____  3. Относится ли данная причина к какому-либо фактору возникновения межэтнических конфликтов? _____ _____
---	--

**ПРЕДЛОЖИТЕ** информационные инструменты, с помощью которых можно осуществить профилактику наклеивания «ярлыков» на этносы \_\_\_\_\_



**ПОЗНАКОМЬТЕСЬ** с опытом петербургских специалистов по созданию и распространению социальной рекламы, направленной на толерантное отношение к представителям различных культур: «Александр Пушкин, Дмитрий Менделеев, Андрей Нартов, Абрам Иоффе.... Спасибо, что приехали к нам»!

**ОТВЕЬТЕ** на вопросы:

1. На какую аудиторию направлена данная реклама (возраст)? \_\_\_\_\_

2. Кто явился основными участниками конфликта в 6 декабря 2010 года (возраст) \_\_\_\_\_

**ОЦЕНИТЕ** для себя по 5-ти балльной шкале ценность опыта петербургских специалистов по созданию социальной рекламы (где 1—опыт практически бесполезен; 5— опыт очень полезен; остальные значения промежуточные).

1	2	3	4	5

**ПОЗНАКОМЬТЕСЬ** с результатами анализа социальной рекламы, которые представил В. Трофимов-Трофимов: «Такая реклама по нескольким причинам является совершенно неэффективной. Автор осудил визуальное воплощение идеи, отметив, что при создании «были проигнорированы простые правила, которые преподаются на начальных курсах любого факультета рекламы». Он также отметил, что целевой аудитории (подросткам и лицам с низким уровнем образования) не знакомы многие из перечисленных деятелей, а сама идея рекламы - демонстрация успеха отдельных личностей - является устаревшей».



**Виталий Трофимов-Трофимов**  
Этноконфликтолог

**ОЦЕНИТЕ** для себя по 5-ти балльной шкале ценность опыта В. Трофимова-Трофимова по анализу социальной рекламы (где 1—опыт практически бесполезен; 5— опыт очень полезен; остальные значения промежуточные).

1	2	3	4	5



**Андрей Климентьевич Гнатюк**  
Президент холдинга  
«ГРУППА ИМА»

**ОБРАТИТЕ** внимание на серию социальных реклам, которая получила Гран-При в номинации «Наружная реклама» на Девятом Московском фестивале социальной рекламы 2009. Разработчик рекламы агентство «Группа ИМА».



**ПОНАЕХАЛИ ТУТ?**

**Микаэл Таривердиев**

Композитор (17 мгновений весны, Ирония судьбы), Армянин.

**ОТВЕЬТЕ** на вопрос: в чём отличие рекламы, разработанной петербургскими специалистами и рекламы, разработанной агентством «ГРУППА ИМА»? \_\_\_\_\_

Пример из серии социальной рекламы «Понаехали тут?»

«ГРУППА ИМА» предлагает: формирование и поддержка имиджа, проведение избирательных кампаний, PR и корпоративные коммуникации, исследования рынков, управленческое консультирование, тренинги и обучение, создание сайтов и реклама в сети, проведение выставок и конференций, дизайн и производство рекламы, дизайн и производство печатной продукции, изготовление сувенирной продукции, разработка фирменного стиля, производство упаковки.



**ОЦЕНИТЕ** для себя по 5-ти балльной шкале ценность опыта агентства «ГРУППА ИМА» по созданию и распространению социальной рекламы (где 1—опыт практически бесполезен; 5— опыт очень полезен; остальные значения промежуточные).

1	2	3	4	5

**ОТВЕТЬТЕ** на вопрос: какие факторы возникновения межэтнических конфликтов, учитываются в рекламных сообщениях петербургских специалистов, В. Трофимова-Трофимова, и агентства «ГРУППА ИМА»?

-----

-----

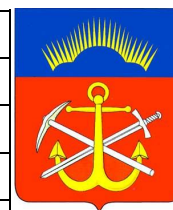
### **ЧАСТЬ 3 «Решение»**

**ПОЗНАКОМЬТЕСЬ** с некоторыми результатами переписи населения 2010 года: Том 4. Национальный состав населения и владение языками, гражданство.



Ростовская область	
Русские	3795607
Казаки	29682
Армяне	110727
Украинцы	77802
Турки	35902
Азербайджанцы	17961
Цыгане	16657
Белорусы	16493
Татары	13948

Мурманская область	
Русские	642310
Украинцы	34268
Белорусы	12050
Татары	5624
Азербайджанцы	3841



**ОТВЕТЬТЕ** на вопрос: в какой области выше потенциальная межэтническая конфликтность? -----

-----

-----

**ИЗУЧИТЕ** некоторое содержание раздела «Социальная сфера» на официальном портале Правительства Ростовской области и некоторое содержание раздела «Регион» Правительства Мурманской области.



**Ирина Владимировна Четвертакова**  
Начальник пресс-службы аппарата губернатора Ростовской области

#### **Портал Правительства Ростовской области**

##### **Социальная сфера**

Социальный паспорт  
Демография  
Занятость населения  
Трудовые отношения  
Социальная поддержка  
Здравоохранение  
Образование  
Молодежная политика  
Культура  
Спорт  
Общественно-политическая ситуация  
Защита населения  
Казачество  
Национальные отношения  
Религия  
Бесплатная юридическая помощь

#### **Портал Правительства Мурманской области**



**Виталий Анатольевич Измайлов**  
Начальник управления информационной политики и взаимодействия со СМИ по Мурманской области

##### **Регион**

КОРЕННЫЕ МАЛОЧИСЛЕННЫЕ НАРОДЫ  
СИМВОЛИКА МУРМАНСКОЙ ОБЛАСТИ  
МЕЖДУНАРОДНОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО  
ШЕФСТВО НАД СЕВЕРНЫМ ФЛОТОМ  
СОСТОЯНИЕ ОКРУЖАЮЩЕЙ СРЕДЫ  
ГЕОИНФОРМАЦИОННЫЙ ПОРТАЛ



**ОТВЕТЬТЕ** на вопрос: В чём различия двух информационных ресурсов? \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

**ИЗУЧИТЕ** названия мероприятий, которые освещаются на официальном портале Правительства Мурманской области в разделе «Коренные малочисленные народы».

- [ 09.04.2013 ] В минувшие выходные в селе Ловозеро прошли Дни коми культуры "Изъватас лун"
- [ 05.04.2013 ] Выездное совещание в Ловозере
- [ 05.04.2013 ] Продолжается прием заявок по обучению на курсах Северного саамского языка в Каутокейно
- [ 05.04.2013 ] Утвержден новый состав Совета представителей коренных малочисленных народов Севера при Правительстве Мурманской области
- [ 05.04.2013 ] Первый Всероссийский конкурс научных и публицистических работ "МЫ – МНОГОНАЦИОНАЛЬНЫЙ НАРОД РОССИИ"

**ИЗУЧИТЕ** названия мероприятий, которые освещаются на официальном портале Правительства Ростовской области во вкладке «Национальные отношения».

- 1. Февраль-Май. Апробация в 1 – 11 классах муниципальных образовательных учреждений с областным статусом «казахчи» курса «Доноведение»
- 2. Май. Участие в организации ежегодного съезда православной казачьей молодежи Юга России
- 3. Сентябрь. Мониторинг целевых бюджетных мест, выделенных для абитуриентов из республик Северного Кавказа, для приема в государственные образовательные учреждения высшего и среднего профессионального образования
- 4. 1 раз в полугодие. Организация и проведение зональных совещаний по вопросам сохранения межэтнической стабильности и профилактики экстремистских проявлений в полиэтничных муниципальных образованиях области
- 5. 1 раз в полугодие. Организация и проведение заседаний Консультативного совета по межэтническим отношениям при Губернаторе Ростовской области

**УКАЖИТЕ** факторы, которые учитываются при организации профилактики межэтнических конфликтов в Ростовской области и Мурманской области с помощью анализа названия мероприятий.

Ростовская область	Мурманская область
_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____

**ОТВЕТЬТЕ** на вопрос: должно ли быть различным содержание рекламного сообщения социального характера, направленного на профилактику межэтнических конфликтов в Мурманской области и Ростовской области? \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

**ОЦЕНИТЕ** для себя по 5-ти балльной шкале ценность собственного опыта в ходе анализа сайтов двух областей на предмет отражения мероприятий по профилактике межэтнических конфликтов (где 1—опыт практически бесполезен; 5— опыт очень полезен; остальные значения промежуточные).

_____	_____	_____	_____	_____
1	2	3	4	5

**ВЫПОЛНИТЕ** тестовое задание. Отметьте один вариант ответа.

- |   |  |
|---|--|
| 1. Угроза насильственного разрушения привычного образа жизни, материальной и духовной культуры— это<br>А) социокультурный фактор<br>Б) политический фактор<br>В) этнопсихологический фактор | 2. Может играть определяющую роль, быть одной из причин конфликта, отражать реальное социально-экономическое неравенство, мнимую дискриминацию или экономические интересы узких групп<br>А) социально-экономический фактор<br>Б) социокультурный фактор<br>В) этнопсихологический фактор |
|---|--|

3. Принудительная языковая ассимиляция, разрушения культуры и норм религиозного или цивилизационного свойства—это

- А) социально-экономический фактор
- Б) социокультурный фактор
- В) этнопсихологический фактор

5. Отстаивание право на самоопределение меньшинства как равноправного члена международной политической системы, как нации среди наций

- А) социокультурный фактор
- Б) политический фактор
- В) этнопсихологический фактор

4. Конфликты, происходящие между отдельными представителями, социальными группами различных этносов, и конфронтацию двух или нескольких этносов

- А) внутриличностный конфликт
- Б) межэтнический конфликт
- В) экономический конфликт

#### ЧАСТЬ 4 «Эмоция и оценка»



*Алёна*  
Студент группы  
«Связи с обществом»

**ВПИШИТЕ** в столбик № 2 ассоциации, которые возникают у Вас с двумя группами студентов, имеющими проф. мотив «Обмениваться опытом с коллегами» в состоянии баланса и дисбаланса.

Столбик № 1

Столбик № 2

Баланс \_\_\_\_\_

Баланс \_\_\_\_\_

Дисбаланс \_\_\_\_\_

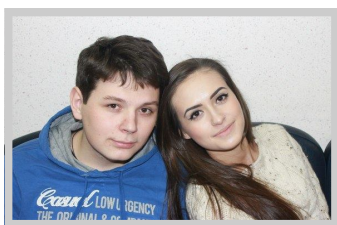
Дисбаланс \_\_\_\_\_

**ПЕРЕПИШИТЕ** в столбик № 1 те ассоциации, которые Вы выразили в начале занятия. **СРАВНИТЕ** ассоциации:

1. Поменялись ли Ваши ассоциации? \_\_\_\_\_
2. Если поменялись, то охарактеризуйте изменения: положительные, отрицательные, нейтральные.

#### **ТЕМА 9. СУЩНОСТЬ ПРОГНОЗИРОВАНИЯ И ПРОФИЛАКТИКИ КОНФЛИКТОВ**

**Мотив № 9** Создавать оригинальные идеи и принимать нестандартные решения



*Максим, Алёна*  
Студенты группы  
«Связи с обществом»

**ВПИШИТЕ** в пустую строчку (1) результаты исследования проф. мотива в Вашей учебной группе (если такое исследование не проводилось, посмотрите результаты исследования другой учебной группы в приложении 1).

**ВПИШИТЕ** в пустую строчку (2) ассоциации, которые возникают у Вас с двумя группами студентов, имеющими проф. мотив в состоянии баланса и дисбаланса.

У (1) \_\_ студентов этот мотив будущей проф. деятельности находится в балансном состоянии  
(2) \_\_\_\_\_

У (1) \_\_ студентов этот мотив будущей проф. деятельности находится в дисбалансном состоянии  
(2) \_\_\_\_\_

**ПОДЧЕРКНИТЕ** характер Ваших ассоциаций: позитивные, негативные, нейтральные.

**ОТВЕТЕТЬ** на вопрос: как Вы думаете, с чем связаны указанные результаты исследования проф. мотива у студентов? \_\_\_\_\_

#### ЧАСТЬ 2 «Информация»



**ИЗУЧИТЕ** комментарий к приказу, который подписал министр образования и науки РФ Д.В. Ливанов. Желающие получить высшее образование в сфере рекламы и связи с общественностью, циркового искусства должны будут сдавать дополнительные экзамены. В расширенный перечень также вошли такие направления, как музыкальное искусство эстрады, аэронавигация, эксплуатация воздушных судов. Таким образом, министерство признает, что желающие получить образование по этим специальностям абитуриенты должны обладать определенными творческими способностями, физическими или психологическими качествами. Поэтому вузы вправе вводить для поступающих дополнительные испытания творческой и (или) профессиональной направленности, итоги которых наряду с результатами единого государственного экзамена (ЕГЭ) должны учитываться при проведении конкурса.



*Дмитрий*  
*Викторович Ливанов*  
Министр образования  
и науки РФ

**ОТВЕТЬТЕ** на вопрос: должен ли абитуриент, который сможет создавать оригинальные идеи и принимать нестандартные решения при выборе профессии специалиста в области рекламы и связей с общественностью быть готов к процессу управления конфликтом во внешней и внутренней среде организации? \_\_\_\_\_

**ОТВЕТЬТЕ** на вопросы, посвященные принципам управления конфликтом

1. После изучения нашего курса конфликтологии можете ли Вы сказать о себе, что в ходе создания оригинальной идеи и принятия нестандартного решения на рабочем месте, Вы станете компетентным в области управления конфликтом? \_\_\_\_\_

2. Готовы ли Вы в процессе разрешения конфликта в связи с созданием оригинальной идеей и принятием нестандартного решения на рабочем месте чаще пользоваться стратегиями сотрудничества и компромисса, а не стратегией соперничества? \_\_\_\_\_

**ИЗУЧИТЕ** определение. Управление конфликтом – это сознательная деятельность по отношению к нему, осуществляемая на всех этапах его возникновения, развития и завершения участниками конфликта или третьей стороной.



**УКАЖИТЕ** в определении с помощью цифр «1» и «2»

1. Название уровня психики, который отвечает за эффективное управление конфликтом
2. Название статуса специалиста по связям с общественностью, который управляет конфликтом

**ОБРАТИТЕ** внимание на то, что управление конфликтом включает следующие формы:

- симптоматику - диагностику - **прогнозирование** - **профилактику**
- предупреждение - ослабление - урегулирование - разрешение

**ИЗУЧИТЕ** сущность прогнозирования конфликтов, которое заключается в обоснованном предположении об их возможном будущем возникновении и особенностях развития.

**Характер ошибок в прогнозировании развития ситуаций**

**Вариант 1.** Ситуация недостаточно спрогнозирована и недооцениваются негативные варианты в её развитии (надежда на лучшее развитие событий), соответственно ситуация разрешается с меньшей эффективностью.

**Вариант 2.** Переоцениваются возможные негативные тенденции в развитии ситуации, соответственно принимаются дополнительные меры по их нейтрализации, однако в результате ситуация разрешается значительно лучше, чем предполагается.

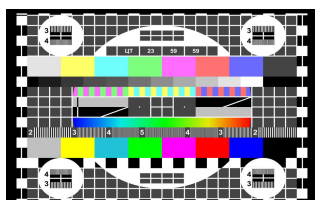


**Александр Вадимович  
Беляев**

Кандидат геогр. наук,  
ведущий программы  
«Прогноз погоды» на НТВ

**ОТВЕТЬТЕ** на вопрос: почему 2-ой вариант прогнозирования ситуации создания оригинальной идеи и принятия нестандартного решения также является ошибкой для специалиста по связям с общественностью? \_\_\_\_\_

**ЗАВЕРШИТЕ** утверждение: если возрастает вероятность ошибки в прогнозе, то необходимо перестраховаться, а именно выбрать **вариант 1** или **вариант 2**



**ОБРАТИТЕ** внимание, что важным способом управления конфликтами является их профилактика. Профилактика – это такая организация жизнедеятельности субъектов социального взаимодействия, которая исключает или сводит к минимуму вероятность возникновения конфликтов между ними.

**ВЫРАЗИТЕ** обоснованное согласие/несогласие с утверждением: если специалист по связям с общественностью не создаёт оригинальные идеи и не принимает нестандартные решения, то он осуществляет профилактику конфликта во внутренней и внешней среде организации. \_\_\_\_\_



**Алексей Петрович  
Ситников**

Доктор психологических наук  
Член Международной  
ассоциации по связям  
с общественностью (IPRA)

**ПОЗНАКОМЬТЕСЬ** с А.П.Ситниковым, который является тренером консалтинговой компании «Нестандартные решения».



**Нестандартные решения**  
Консалтинговая компания

**ПРЕДПОЛОЖИТЕ** какая (ие) форма (ы) по управлению конфликтом характеризует деятельность менеджера, который обращается в консалтинговую компанию «Нестандартные решения» \_\_\_\_\_

**ИЗУЧИТЕ** мнение А.П.Ситникова: *«Секрет успешного преодоления большинства управленческих проблем в творческом подходе. Менеджерам необходимо расширять границы своего творческого мышления и уметь предлагать оригинальные и нестандартные решения. Особый интерес представляют креативные тренинговые технологии в PR и рекламе. Они направлены на обучение навыкам и приемам индивидуальной и групповой работы при разработке коммуникативных стратегий и сообщений в маркетинговых коммуникациях. Полученные практические навыки в этой области помогают сотрудникам более быстро и эффективно решать креативные задачи даже в условиях дефицита времени. Тренинг позволяет понять особенности творческого процесса и освоить систему действий, которая не только поможет раскрыть внутренний потенциал человека, но и решить конкретную задачу».*

**УКАЖИТЕ** форму (ы) по управлению конфликтом менеджером, о которой говорит А.П. Ситников. \_\_\_\_\_

### **ЧАСТЬ 3 «Решение»**



**ИЗУЧИТЕ** условия решения задачи.

Вы являетесь ответственным за продвижение продукта на рынок. Заказчик указал на необходимость поиска оригинальной идеи и нестандартного решения по выбору канала распространения информации. После изучения поставленной перед Вами задачи, анализа деятельности конкурентов Вы предложили использовать рулон туалетной бумаги, который должен стать основным носителем информации.

**ПРЕДЛОЖИТЕ** предмет информационного сообщения, который будет размещен на рулоне туалетной бумаги \_\_\_\_\_

**ОСУЩЕСТВИТЕ** прогнозирование конфликта, который, возможно, возникнет при создании данной оригинальной идеи и принятии нестандартного решения (туалетная бумага - основной носитель информации). Для этого опишите характер двух вариантов ошибок прогнозирования возможного конфликта.

Вариант ошибки прогнозирования № 1	Вариант ошибки прогнозирования № 2
Укажите негативные варианты в развитии конфликта, которые могут быть недооценены Вами при предложении данной идеи заказчику / аудитории. 1. _____ 2. _____ 3. _____ 4. _____	Предложите дополнительные меры по нейтрализации негативных вариантов при предложении данной идеи заказчику / аудитории. 1. _____ 2. _____ 3. _____ 4. _____

**ОЦЕНИТЕ** вероятность ошибки в прогнозе реакции заказчика и аудитории при создании представленной оригинальной идеи («1» вероятность низкая; «5» - вероятность высокая; остальные значения промежуточные).

1	2	3	4	5

**ОТВЕЬТЕ** на вопрос: какой вариант ошибки необходимо выбрать специалисту по связям с общественностью, если существует вероятность ошибки прогнозирования конфликта, связанного с выбором нестандартного информационного носителя (туалетной бумаги)? \_\_\_\_\_

**ОПИШИТЕ** методы, с помощью будет осуществлена профилактика конфликта между специалистом по связям с общественностью и заказчиком/аудиторией при выборе туалетной бумаги как нестандартного информационного носителя \_\_\_\_\_



**ИЗУЧИТЕ** опыт специалистов по связям с общественностью из Японского городка Odawara City, которые привлекали внимание к выборам мэра с помощью туалетной бумаги:

- на рекламные буклеты, флаеры и щиты горожане внимание не обращают;
- на бумаге напечатали правила голосования;
- проинформировали о важности участия в предстоящих выборах;
- напечатали 200 рулонов и распространили их в ресторанах города вместе с постерами и подставками под напитки.

**ПОСТАВЬТЕ** себя на место японских специалистов по связям с общественностью и ответьте на вопросы.

Вариант ошибки прогнозирования № 1	Вариант ошибки прогнозирования № 2
Укажите негативные варианты реакции заказчика/аудитории, которые могут быть недооценены Вами в ходе предложения туалетной бумаги как инф. носителя для организации политических выборов.	Предложите дополнительные меры по нейтрализации негативных вариантов реакции заказчика/аудитории в ходе предложения туалетной бумаги как инф. носителя для организации политических выборов.
1. _____	1. _____
2. _____	2. _____
3. _____	3. _____
4. _____	4. _____

**ОЦЕНИТЕ** вероятность ошибки в прогнозе реакции заказчика и аудитории на выбор туалетной бумаги как информационного носителя для привлечения внимания в ходе политических выборов («1» - вероятность низкая; «5» - вероятность высокая; остальные значения промежуточные).

1	2	3	4	5

**ОТВЕЬТЕ** на вопрос: какой вариант ошибки необходимо выбрать специалисту по связям с общественностью, если существует вероятность её возникновения в прогнозе конфликта, связанного с выбором нестандартного информационного носителя (туалетной бумаги)? \_\_\_\_\_

**ОПИШИТЕ** методы, с помощью будет осуществлена профилактика конфликта между специалистом по связям с общественностью и заказчиком/аудиторией при предложении туалетной бумаги как нестандартного информационного носителя в ходе политических выборов \_\_\_\_\_

**ВЫПОЛНИТЕ** тестовое задание. Отметьте один вариант ответа.

- |  |   |
|--|---|
| <p>1. Сознательная деятельность по отношению к конфликту, осуществляемая на всех этапах его возникновения, развития и завершения участниками или третьей стороной - это</p> <p>А) профилактика конфликта</p> <p>Б) управление конфликтом</p> <p>В) прогнозирование конфликта</p> | <p>4. Организация жизнедеятельности субъектов социального взаимодействия, которая исключает или сводит к минимуму вероятность возникновения конфликтов</p> <p>А) профилактика конфликта</p> <p>Б) управление конфликтом</p> <p>В) прогнозирование конфликта</p> |
| <p>2. Определите характер ошибки в прогнозировании конфликта: если недооцениваются негативные варианты в развитии ситуации, то вероятно ситуация разрешается</p> <p>А) менее эффективно</p> <p>Б) более эффективно</p> <p>В) полностью разрешается</p>                           | <p>5. Дополнительные меры по нейтрализации негативных последствий, принимаются в том случае, если последствия</p> <p>А) переоцениваются</p> <p>Б) недооцениваются</p> <p>В) оцениваются как норма</p>   |
| <p>3. Обоснованное предположение о возможном будущем возникновении и особенностях развития конфликтов - это</p> <p>А) симптоматика конфликтов</p> <p>Б) профилактика конфликта</p> <p>В) прогнозирование конфликта</p>   |   |



#### ЧАСТЬ 4 «Эмоция и оценка»



**Екатерина**  
Студент группы  
«Связи с общественностью»

**ВПИШИТЕ** в столбик № 2 ассоциации, которые возникают у Вас с двумя группами студентов, имеющими проф. мотив «Создавать оригинальные идеи и принимать нестандартные решения» в состоянии баланса и дисбаланса.

Столбик № 1

Столбик № 2

Баланс \_\_\_\_\_

Баланс \_\_\_\_\_

Дисбаланс \_\_\_\_\_

Дисбаланс \_\_\_\_\_

**ПЕРЕПИШИТЕ** в столбик № 1 те ассоциации, которые Вы выразили вначале занятия.

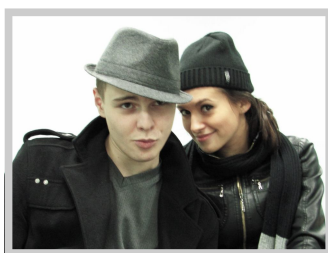
**СРАВНИТЕ** ассоциации:

1. Поменялись ли Ваши ассоциации? \_\_\_\_\_

2. Если поменялись, то охарактеризуйте изменения: положительные, отрицательные, нейтральные.

### ТЕМА 10. КОНСТРУКТИВНЫЕ СПОСОБЫ ВОЗДЕЙСТВИЯ НА ПОВЕДЕНИЕ ОППОНЕНТА В ПРЕДКОНФЛИКТНОЙ СИТУАЦИИ

**Мотив № 10** Соответствие умственных способностей требованиям избранной профессии



**Андрей, Алёна**  
Студенты группы  
«Связи с общественностью»

**ВПИШИТЕ** в пустую строчку (1) результаты исследования проф. мотива в Вашей учебной группе (если такое исследование не проводилось, посмотрите результаты исследования другой учебной группы в приложении 1).

**ВПИШИТЕ** в пустую строчку (2) ассоциации, которые возникают у Вас с двумя группами студентов, имеющими проф. мотив в состоянии баланса и дисбаланса.

У (1) \_\_ студентов этот мотив будущей проф. деятельности находится в балансном состоянии  
(2) \_\_\_\_\_

У (1) \_\_ студентов этот мотив будущей проф. деятельности находится в дисбаланси́нном состоянии  
(2) \_\_\_\_\_

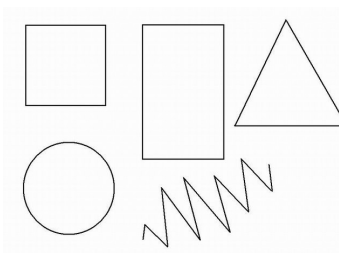
**ПОДЧЕРКНИТЕ** характер Ваших ассоциаций: позитивные, негативные, нейтральные.

**ОТВЕЬТЕ** на вопрос: как Вы думаете, с чем связаны указанные результаты исследования проф. мотива у студентов? \_\_\_\_\_

#### ЧАСТЬ 2 «Информация»



**ОТВЕЬТЕ** на вопросы психологического теста. Сначала прочитайте каждое из 12 утверждений, а затем поставьте балл соответствующий Вашему ответу на пересечении номера утверждения и выбранного ответа.



Вопросы	Ответы		
	Да 3 балла	Нет 1 балл	Не знаю 2 балла
1. Я думаю, что на Земле нет «неспособных», ведь главное – это подход к человеку			
2. Человеку можно помочь исправиться с помощью прямых воздействий (сделай, прекрати)			
3. Я хотел бы научиться решать спорные вопросы немедленно, вне зависимости от психического состояния моего «врага»			
4. Слова оппонента важнее того, как он смотрит на меня			

Вопросы	Да 3 балла	Нет 1 балл	Не знаю 2 балла
5. Если я попадаю в ситуацию конфликта, то не указываю оппоненту на то, где мне «больнее» всего			
6. Слабостями оппонента нужно уметь пользоваться			
7. Зачастую самое удачное решение конфликта – это решение принятое экспромтом			
8. В процессе выяснения отношений часто приходится обсуждать сразу несколько тем, образовавшихся в ходе этого конфликта			
9. Указать своему «врагу» на его недостаток и выгодный результат не заставит себя ждать!!!			
10. О том, что я оказался прав в конфликте должны узнать все			
11. Для того чтобы минимизировать агрессивность в конфликте желательно не сидеть на одном уровне глаз			
12. Спорить нужно безапелляционно, в противном случае - это вызовет у оппонента желание спорить больше			

**СУММИРУЙТЕ** набранные баллы и запишите значение суммы в пустую строчку \_ \_ \_ \_ \_ .

**ПОЗНАКОМЬТЕСЬ** с интерпретацией полученного значения суммы.

**12**

Вы знаете всё о том, как правильно  
воздействовать на поведение  
оппонента



**13-24**

Сомневаетесь в правильности способов  
воздействия на оппонента?  
Сомнение – это шепот истины.  
Больше читайте учебник А.Я. Анцупова

**25-36**

Учите конфликтологию



**ОЦЕНИТЕ** свои умственные способности в решении теста, используя любую шкалу оценок \_ \_ \_ \_ \_ (№ 1).

**ИЗУЧИТЕ** обоснование каждого из 12 конструктивных способов воздействия на оппонента в предконфликтной ситуации.

1. Не требуйте от окружающих невозможного, учитывайте, что их способности к различным видам деятельности различны (задача руководителя состоит в том, чтобы подобрать для своего сотрудника дело, позволяющее ему самореализовываться).
2. Не стремитесь быстро, радикально, путём прямых воздействий перевоспитать человека (всё новое в природе и обществе создается медленно, быстро идут только разрушительные процессы; чем более значительные перемены ожидаются от личности, тем большего времени они требуют).
3. В процессе общения важно оценить актуальное психическое состояние партнёра и избегать обсуждения острых проблем, если повышена вероятность агрессивной реакции с его стороны (для обсуждения спорных проблем необходимо выбирать подходящее время).
4. Оценке актуального психического состояния партнёра по общению способствует знание законов невербальной передачи информации путём мимики, жестов, позы, движений (знание невербальных законов поможет глубоко узнать истинные мотивы поведения оппонента).
5. Эффективный способ предупреждения конфликтов - своевременное информирование окружающих об ущемлении Ваших интересов (Вы переносите ответственность за те неприятные эмоции, которые преподнес Вам оппонент в сфере его ответственности; не каждый рискнёт обижать другого, если тот публично признался, что ему делают «больно»).

6. По отношению к защите своих интересов можно занимать достаточно твёрдую позицию, а по отношению к оппоненту нужно занимать мягкую позицию (показать, что Вы понимаете слабости оппонента и не лишаете его права на них; мягкая позиция по отношению к оппоненту компенсирует жесткость защиты Ваших интересов).

7. Желательно как можно более заблаговременно информировать людей о Ваших решениях, затрагивающих их интересы (если оппонент не готов к ситуации, то он вынужден принимать решения экспромтом, а, это, почти всегда вызывает негативные эмоции).

8. Для предупреждения конфликта важно не увеличивать число обсуждаемых проблем (необходимо обсудить только тот вопрос, который требует решения, т.к. стратегии поведения для каждого из них могут быть различны).

9. Для предупреждения конфликта важно не критиковать личностные качества оппонента (опасность конфликта возрастает, если критика распространяется не только на позицию оппонента, но и на личность; «ты трус» / «твой поступок несмелый»).

10. «Не загоняйте оппонента в угол» (человек, поставленный в безвыходную ситуацию, униженный и оскорбленный, легко идет на острые конфликты ради сохранения чести и достоинства; человек должен иметь право отступить, сохранив при этом чувство собственного достоинства).

11. Установите неформальный личностный контакт с партнёром по взаимодействию (желательно, чтобы глаза партнеров были на одном уровне, оба должны стоять или сидеть; демонстрация равного положения).

12. В процессе общения желательно избегать крайних, жестких оценок любых аспектов обсуждаемых проблем (крайние оценки часто ошибочны и несправедливы, безапелляционное мнение вызывает у собеседника желание оспорить его).

**ОЦЕНИТЕ** свои умственные способности, задействованные в ходе изучения 12 способов воздействия на поведение оппонента (используйте ту шкалу оценок, которую Вы выбрали в 1-й раз при выставлении себе оценки) \_ \_ \_ \_ \_ (№ 2).



**Фёдор Николаевич Сваровский**  
Поэт, журналист,  
редактор журнала «Esquire»

**ПОЗНАКОМЬТЕСЬ** с Ф.Н. Сваровским, который среди видов пиарщиков, с которыми ему приходилось общаться называет такой вид как «агрессивно-деструктивные». *«Однажды я брал комментарии у специалистов одной крупной международной консалтинговой компании. Через пиарщика я получил доступ к одному из партнеров, занимающихся бизнес-консалтингом. А позже одна из моих коллег дала мне телефон юриста, работающего в той же компании. Получилось так, что один комментарий прошел через пиарщика, а другой я получил непосредственно от партнера-юриста. На следующий день мне позволил этот пиарщик. Он был в бешенстве. Он упрекал меня в том, что я действовал через его голову. Я поставил ему на вид тот факт, что, согласно их же внутренним правилам, любой партнер компании имел право самостоятельно давать любые комментарии. Однако это не уняло гнева звонящего. Он кричал, что я нарушил субординацию, что я оскорбил его, плюнул ему в лицо, и теперь он костью ляжет, но добьется моего увольнения. Человек этот орал около 30—40 минут, убедив меня, что у него явно не все в порядке с нервами и психикой. Под конец разговора он пообещал мне, что я больше никогда не получу ни одного комментария от специалистов его компании. Интересно, что я оказался не единственным журналистом, навлекшим на себя гнев этого человека. Подобные разности он учинял еще нескольким моим коллегами и, насколько я понимаю, журналистам других изданий. Через пару месяцев при помощи поисковых систем интернета я обнаружил, что деструктивная психопатическая деятельность этого пиарщика привела к тому, что имя компании практически перестало появляться в печатных СМИ. У них просто перестали брать комментарии. Интересно, что, несмотря на столь негативные результаты его деятельности, пиарщик этот проработал в компании еще не менее двух лет».*

**Esquire**

партнер компании имел право самостоятельно давать любые комментарии. Однако это не уняло гнева звонящего. Он кричал, что я нарушил субординацию, что я оскорбил его, плюнул ему в лицо, и теперь он костью ляжет, но добьется моего увольнения. Человек этот орал около 30—40 минут, убедив меня, что у него явно не все в порядке с нервами и психикой. Под конец разговора он пообещал мне, что я больше никогда не получу ни одного комментария от специалистов его компании. Интересно, что я оказался не единственным журналистом, навлекшим на себя гнев этого человека. Подобные разности он учинял еще нескольким моим коллегами и, насколько я понимаю, журналистам других изданий. Через пару месяцев при помощи поисковых систем интернета я обнаружил, что деструктивная психопатическая деятельность этого пиарщика привела к тому, что имя компании практически перестало появляться в печатных СМИ. У них просто перестали брать комментарии. Интересно, что, несмотря на столь негативные результаты его деятельности, пиарщик этот проработал в компании еще не менее двух лет».

**ОХАРАКТЕРИЗУЙТЕ** способы воздействия «агрессивно-деструктивного» пиарщика на журналиста.

Вопросы	Ответы		
	Да 3 балла	Нет 1 балл	Не знаю 2 балла
1. Пиарщик думает, что на Земле нет «неспособных», ведь главное – это подход к человеку			
2. Пиарщик думает, что человеку можно помочь исправиться с помощью прямых воздействий (сделай, прекрати)			
3. Пиарщик решает спорные вопросы немедленно, вне зависимости от психического состояния журналиста			

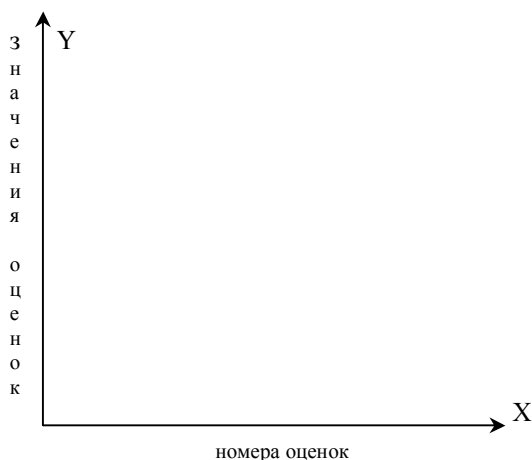
Вопросы	Да 3 балла	Нет 1 балл	Не знаю 2 балла
4. Пиарщика, скорее всего, не волнуют невербальные проявления журналиста			
5. Пиарщик не указывал журналисту на то, где ему «больнее» всего			
6. Пиарщик пользуется слабостями журналиста			
7. Пиарщик принимает решение экспромтом			
8. Пиарщик обсуждает сразу несколько тем, образовавшихся в конфликте			
9. Пиарщик указывает журналисту на его недостаток			
10. Пиарщик старается сделать так, чтобы о конфликте с журналистом узнали многие			
11. Пиарщик старается продемонстрировать своё приоритетное положение			
12. Пиарщик спорит с журналистом безапелляционно			

**СУММИРУЙТЕ** набранные баллы и запишите значение суммы в пустую строчку \_ \_ \_ \_ \_ .

**ПЕРЕПИШИТЕ** интерпретацию значения полученной суммы для агрессивно-деструктивного пиарщика \_ \_ \_ \_ \_  
\_ \_ \_ \_ \_

**ОЦЕНИТЕ** свои умственные способности, задействованные в ходе анализа 12 способов воздействия на поведение оппонента, используемые агрессивно-деструктивным пиарщиком (используйте ту шкалу оценок, которую Вы выбрали в 1-й раз при выставлении себе оценки) \_ \_ \_ \_ \_ (№ 3).

**НАРИСУЙТЕ** график, где ось «Y» - это значения оценок, которые Вы выставили себе три раза при оценке своих умственных способностей, а ось «X» - это номера оценок (№ 1, № 2, № 3).



**НАЗОВИТЕ** рисунок 7.

Рис. 7. \_ \_ \_ \_ \_



*Джеймс Келлихер*  
Управляющий директор  
Whiteoaks, одного из пяти  
крупнейших PR-агентств  
Великобритании



**ОБРАТИТЕ** внимание на мнение Д. Келлихера о роли умственных способностей специалиста по связям с общественностью: «Специалист должен быть умным, энергичным, готовым и способным к изменениям, ориентированным на клиента. Очень важны хорошие навыки межличностных коммуникаций».

**ПОДЧЕРКНИТЕ** в цитате Д. Келлихера категории, которые напрямую зависят от умственных способностей специалиста по связям с общественностью.

### ЧАСТЬ 3 «Решение»



**Наталья Сулимова**  
Основатель «PR-студии Натальи Сулимовой»,  
эксперт Brainity.ru

**ПРОЧИТАЙТЕ** сокращенную статью Н. Сулимовой «Пиарщик многорукий». «Зуб даю!», как говорили в детстве, что практически любой специалист, занимающийся связями с общественностью, однажды получил задание от вышестоящего руководства заняться подбором цвета жалюзи на окна в офис, забронировать гостиницу, купить чай, кофе и печенье на семинар, подготовить коммер-



**BRAINITY**

Территория твоего развития

ческое предложение, заказать канцелярию и сделать еще массу подобных интересных дел, требующих высочайшей профессиональной квалификации. «Ты же по пиару, займись этим», — говорят коллеги, сваливая на тебя такие дикие рабочие проблемы, которые относятся к твоему функционалу примерно так же, как работа юриста пересекается с работой программиста. Хочется и мечтается, чтобы работа пиарщика когда-нибудь воспринималась также просто и понятно, как работа бухгалтера.

Как бы там ни было, сейчас на рынке труда наблюдаются положительные тенденции. Так, например, на крупнейших сайтах по поиску работы, все чаще стали появляться вакансии, требования к которым составлены с учетом понимания функционала специалиста и реальных потребностей компании. Все реже требуются «многорукие» пиарщики, со знанием языков программирования, чтобы поддерживать сайт без админки, написанный кем-то сто тысяч лет назад. Все реже требуются пиарщики с владением всех пакетов графических программ, чтобы сверстать листовку, буклет, корпоративное издание и более того — профессионально подготовить эти материалы к печати. Ну и самый бред — все реже рассматриваются кандидатуры только с профильным образованием и исключительно при наличии базы журналистов. Какой такой базы? Пиарщик он на то и пиарщик, чтобы суметь наработать свою базу, связи и контакты, работая в любой отрасли. Тем не менее, в любом конфликте, как известно, виноваты обе стороны. Поэтому ежедневная задача пиарщиков следовать главному правилу профессии — информировать, образовывать и вызывать доверие. И направлять свои усилия необходимо не только на какие-то эфемерные целевые аудитории, которые так толком никто и никогда из нас не сможет измерить (признайтесь себе честно), а объяснять возможности для развития компании от вашей деятельности именно тем людям, которые находятся рядом с вами «с восьми до пяти».

**ПЕРЕЧИСЛИТЕ** конструктивные способы воздействия на работодателя со стороны убеждающей коммуникации Н.Сулимовой, которые отражены в её статье. \_\_\_\_\_

**ОЦЕНИТЕ** умственные способности Н. Сулимовой по использованию способов убеждающей коммуникации, отраженных в статье (используйте любую шкалу) \_\_\_\_\_.

**ДОПОЛНИТЕ** обращение Н. Сулимовой к работодателю, используя все 12 способов конструктивного воздействия на него в ходе убеждающей коммуникации, которая направлена на упразднение неясностей специалиста по связям с общественностью (1 способ - 1 предложение).

1. \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_
4. \_\_\_\_\_
5. \_\_\_\_\_
6. \_\_\_\_\_
7. \_\_\_\_\_
8. \_\_\_\_\_
9. \_\_\_\_\_
10. \_\_\_\_\_
11. \_\_\_\_\_
12. \_\_\_\_\_

**ОЦЕНИТЕ** свои умственные способности, задействованные в ходе составления убеждающего сообщения для работодателя при условии использования 12 конструктивных способов воздействия \_\_\_\_\_ (используйте ту же шкалу, которую использовали при оценке умственных способностей Н. Сулимовой).



**ПОСТАВЬТЕ** первые буквы своего имени и своей фамилии в пустую строку.

\_\_\_\_\_ Н.С.

Рис. 8. \_\_\_\_\_

**СРАВНИТЕ** оценки своих умственных способностей по использованию конструктивных способов воздействия на поведение оппонента и умственных способностей Н. Сулимовой с помощью знаков <; >; =.

**НАЗОВИТЕ** рисунок 8.

**ВЫПОЛНИТЕ** тестовое задание. Отметьте один вариант ответа.

- |  |   |
|--|---|
| 1. Для того чтобы осуществить предупреждения конфликта нужно помнить, что на Земле<br>А) есть «неспособные» люди<br>Б) нет «неспособных» людей<br>В) есть «неспособные воспитатели»  | 4. В ходе обсуждения предконфликтной ситуации необходимо<br>А) посадить оппонента на стул и встать рядом<br>Б) встать за спину оппоненту<br>В) сесть рядом с оппонентом   |
| 2. Человеку можно помочь исправиться с помощью<br>А) целесообразного распределения труда<br>Б) прямых воздействий на его поведение<br>В) публичного порицания  | 5. Самым удачным неконфликтным решением является решение<br>А) принятое экспромтом<br>Б) на которое было потрачено некоторое продолжительное время<br>В) решение, которое было предварительно обдумано одним оппонентом |
| 3. Спорные вопросы необходимо решать<br>А) немедленно, вне зависимости от психического состояния оппонентов<br>Б) через определенный промежуток времени, когда оппоненты успокоятся<br>В) в ситуации стрессового состояния стороны-соперника |   |

#### **ЧАСТЬ 4 «Эмоция и оценка»**

**ВПИШИТЕ** в столбик № 2 ассоциации, которые возникают у Вас с двумя группами студентов, имеющими проф. мотив «Соответствие умственных способностей требованиям избранной профессии» в состоянии баланса и дисбаланса.



**Дарья**  
Студент группы  
«Связи с общественностью»

Столбик № 1

Баланс \_\_\_\_\_

Дисбаланс \_\_\_\_\_

Столбик № 2

Баланс \_\_\_\_\_

Дисбаланс \_\_\_\_\_

**ПЕРЕПИШИТЕ** в столбик № 1 те ассоциации, которые Вы выразили вначале занятия.  
**СРАВНИТЕ** ассоциации:

1. Поменялись ли Ваши ассоциации? \_\_\_\_\_
2. Если поменялись, то охарактеризуйте изменения: положительные, отрицательные, нейтральные.

### **ТЕМА 11. СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЙ ТРЕНИНГ КАК МЕТОД ПСИХОКОРРЕКЦИИ КОНФЛИКТНОГО ПОВЕДЕНИЯ**

**Мотив № 11** Состояться как личность, выполняя свои профессиональные функции

#### **ЧАСТЬ 1 «Эмоция и оценка»**



**Екатерина**  
Студент группы  
«Связи с общественностью»

**ВПИШИТЕ** в пустую строку (1) результаты исследования проф. мотива в Вашей учебной группе (если такое исследование не проводилось, посмотрите результаты исследования другой учебной группы в приложении 1).

**ВПИШИТЕ** в пустую строку (2) ассоциации, которые возникают у Вас с двумя группами студентов, имеющими проф. мотив в состоянии баланса и дисбаланса.

У (1) \_\_ студентов этот мотив будущей проф. деятельности находится в балансном состоянии  
(2) \_\_\_\_\_

У (1) \_\_ студентов этот мотив будущей проф. деятельности находится в дисбалансном состоянии  
(2) \_\_\_\_\_

**ПОДЧЕРКНИТЕ** характер Ваших ассоциаций: позитивные, негативные, нейтральные.

**ОТВЕТЬТЕ** на вопрос: как Вы думаете, с чем связаны указанные результаты исследования проф. мотива у студентов? \_\_\_\_\_

## ЧАСТЬ 2 «Информация»



Информационно-аналитический ресурс для тех, кто считает обучение и развитие руководителей и персонала актуальным и важным аспектом менеджмента

**ПРОЧИТАЙТЕ** интересное мнение, предложенное в Интернет-журнале BOTEXPERT.com.ua: *«Иногда Public Relations представляют неким чудо-лекарством, которое помогает «от всего». Так и представляется медицинский стеклянный шкаф, на полочках которого стоят разноцветные склянки. Да вот только «бирочки» на них зачастую отсутствуют и «пациент» рискует, если не выяснит, от какого такого недуга он должен принять лекарство и в какой дозировке? Для начала, попробуем разобраться на какую бутылочку нужно наклеить этикетку «НАРУЖНОЕ», а на какую*



*«ВНУТРЕННЕЕ»? Корпоративный пиар – это, прежде всего, продвижение компании.*

*Т. е. объектом продвижения в данном случае выступает сама компания, а не продукция/услуги, которые она представляет. Сообщения, информационные поводы, формы, акценты внутрикорпоративного пиара существенно отличаются от информации, которая предназначена для внешних аудиторий общественности».*

**ПРЕДЛОЖИТЕ** формы работы с внутренней общественностью (сотрудниками) организации, которые может организовать специалист по связям с общественностью \_\_\_\_\_

**ВЫРАЗИТЕ** согласие/несогласие с утверждением: если специалист по связям с общественностью организует формы коммуникации ориентированные и на внешнюю и на внутреннюю аудиторию, то у него появляется больше возможностей состояться как личность \_\_\_\_\_



**Лариса Андреевна Петровская**  
доктор психологических наук, профессор,  
член-корреспондент РАО

**ИЗУЧИТЕ** в столбце № 1 принципы проведения социально-психологического тренинга как одной из форм коммуникации, которую может организовать специалист по связям с общественностью с целью психокоррекции конфликтного поведения сотрудников.

### Принципы проведения СПТ

№ 1	№ 2	№ 3
1. «Доверительное общение» (доверие, чувство общности)		
2. «Здесь и теперь» (анализ ситуаций общения, которые возникают в процессе совместной работы участников)		
3. «Персонификация высказываний» (открытое высказывание мнения, готовность принять ответственность за него)		
4. «Активность» (вовлеченность всех участников)		
5. «Акцентирование языка чувств» (свободное выражение чувств)		
6. «Конфиденциальность» (сохранение информации в тайне)		
Итого		

**Л.А. ПЕТРОВСКАЯ**  
**ОБЩЕНИЕ-**  
**КОМПЕТЕНТНОСТЬ-**  
**ТРЕНИНГ:**  
**ИЗБРАННЫЕ**  
**ТРУДЫ**



**УКАЖИТЕ** столбце № 2 с помощью значений «0» и «1» те принципы проведения СПТ, которые реализовываются в ходе нашего тренинга по конфликтологии и те принципы, которые не получается реализовать в нашей группе.

**УКАЖИТЕ** в столбце № 3 с помощью значений «0» и «1» те принципы СПТ, которые Вы легко сможете использовать для своих сотрудников в ходе организации такой формы коммуникации, и, которые Вам использовать трудно.

**СЛОЖИТЕ** значения «1» в строке «Итого» и значение суммы запишите в последней строке для каждого столбца.

**ВЫБЕРИТЕ** утверждение, соответствующее Вашим стремлениям



**01** я состоюсь как личность, организуя СПТ для сотрудников организации

**02** я буду работать над совершенствованием принципов СПТ



Русская Кадровая  
Ассоциация  
Набор персонала в  
Москве и регионах

**ОБРАТИТЕ** внимание на мнение Анны Барсуковой, ген. директора «РКА-Консалтинг»: *«В тренингах, проводимых в полугрупповой форме, помимо навыков, получаемых каждым сотрудником, коллектив приобретает опыт совместной командной работы. И я думаю, что если «айтишник» похлопает в ладоши вместе с пиарщиком, он будет быстрее откликаться на его запросы. При этом пиарщик со временем научится разговаривать с «айтишником» на понятном обоим языке. Результатом такого взаимного сближения будет более эффективная работа над совместными проектами, и, как следствие, повышение результативности производительности компании в целом».*

**ИЗУЧИТЕ** методы организации СПТ

Групповая дискуссия (ГД)	Игровые методы СПТ	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• коллективное обсуждение проблемы с целью формирования общего мнения о ней</li> <li>• сопоставляются мнения</li> <li>• можно увидеть различия сотрудников в восприятии одной и той же ситуации</li> </ul>	Деловая игра (ДИ)	Ролевая игра (РИ)
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• больше внимания уделяется работе взаимодействия участников</li> <li>• меньше внимания уделяется анализу межличностных отношений, мотивов поступков</li> <li>• инструментальный аспект обучения</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• предлагается исполнить роль в соответствии с представлениями о характере поведения участника</li> <li>• зрители-эксперты обсуждают более верную линию поведения</li> <li>• учитываются стороны общения (коммуникативная, перцептивная, интерактивная)</li> </ul>

**ИЗУЧИТЕ** мнение сотрудника одной из организаций об опыте участия в тренингах. Игорь Г.: *«Я заместитель директора по продажам в крупной компании. И вот недавно мой руководитель решил, что неплохо бы к уже существующим тренингам добавить еще и психологический. Сказано-сделано, мы заключили договор со специализированной компанией, и занятия начались. Сразу скажу, это выглядело смешно: психологи, которые в своей жизни не продали никому даже консервной банки, учили наших ребят (отличных продавцов, между прочим) правильно разговаривать с клиентами. Результатов по итогам обучения – ноль, зря потрачены деньги и время. Естественно, об этом никто не распространялся: характер у нашего шефа тяжелый. При этом меня до сих пор интересуют два вопроса: мог ли подобный тренинг вообще принести пользу нашей компании, и способны ли теоретики научить чему-то успешных практиков?».*

**ОТВЕТЬЕ** на вопросы:

1. Какие принципы СПТ, отраженные в рассказе Игоря Г., нарушены ? \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

2. Предположите, какой метод проведения СПТ удовлетворил бы запросы сотрудников компании, где работает Игорь Г.? Ответ обоснуйте с помощью характеристик метода \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_



*Сергей Калинин*

**ОБРАТИТЕ** внимание на ответ, который даёт заместитель директора по продажам Игорю Г. Сергей Калинин. *«Мы, например, такого рода тренинги называем тренингами по развитию эмоционального интеллекта. Самый*

**ЗАВЕРШИТЕ** утверждение с помощью двух предложенных вариантов: получая высокую оценку со стороны таких сотрудников как Игорь Г. за организацию СПТ

**ПРОЧИТАЙТЕ** ответ на вопрос Ольги Матушкиной, (студентки 4 курса АлтГУ) о том какие функции должен выполнять специалист по PR: *«Ну, если уж сказать по-правде, то в условиях суровой российской (точнее, барнаульской) действительности в список обязанностей входит всё!!! Начиная от поиска клиентов, заканчивая оказанием психологической помощи персоналу. Это плохо, потому что такой разброс функций не предполагает высокого качества работы. Вот если бы господа шефы брали в штат и копирайтера, и менеджера по работе с клиентами, и креатора и даже психолога, то было б совсем замечательно. Вот так!»*

01 О. Матушкина состоит как личность, выполняя свои профессиональные функции  
02 О. Матушкина с каждой высокой оценкой будет более требовательна к качеству своих профессиональных функций

**СРАВНИТЕ** альтернативы, поставив в пустые строки для себя и О. Матушкиной восклицательный/вопросительный знаки .

«R»

### ЧАСТЬ 3 «Решение»

**ИЗУЧИТЕ** характеристики сильных и слабых сторон командных ролей, которые представляет Р.М. Белбин.



## Координатор

Сильные стороны: умеет видеть всю картину целиком, умеет оценивать способности других, оценивает новые идеи с точки зрения их вклада в решение задач.

**Приемлемые недостатки:** иногда может свести свою деятельность к распределению заданий, зачастую роль координатора получает специалист с не самыми выдающимися интеллектом и творческим потенциалом.

## Реализатор

**Сильные стороны:** претворяет идеи в действие, организует работу команды, берет на себя работу, от которой отказываются остальные, ориентированы на командный результат.

Приемлемые недостатки: невысокий творческий потенциал, отсутствие гибкости.

*Рэймонд Мередит Белбин*

Британский психолог,  
доктор наук

Изучал настоящие управленческие команды, как успешные, так и не очень.

Его концепция — результат многолетнего наблюдения.

### Исследователь ресурсов

Сильные стороны: умеет исследовать новые возможности и видеть новые перспективы.

Приемлемые недостатки: не умеет критически оценивать перспективы, теряет интерес к делу.

### Генератор идей

Сильные стороны: развитая фантазия и воображение, высокий творческий потенциал, способность находить выход из любой ситуации.

Приемлемые недостатки: невнимане к практическим деталям, трудности при коммуникации с коллегами.

### Мотиватор

Сильные стороны: не пасует перед трудностями и не дает делать это остальным, заряжает, мотивирует

Приемлемые недостатки: может поддаваться на провокации и резкими словами задеть чувства коллег.

### Оценщик

Сильные стороны: стратегическое мышление, объективность в оценке разных идей, способен принять окончательное решение.

Приемлемые недостатки: не хватает «вдохновения», умения мотивировать остальных, может быть излишне критичным.

### Коллективист

Сильные стороны: создает дружественную атмосферу, умеет выслушивать разные точки зрения, сглаживать противоречия и разрешать конфликты.

Приемлемые недостатки: избегает споров любой ценой, иногда не хватает решительности в сложной ситуации.

### Доводчик

Сильные стороны: доводит любое дело до завершения, перепроверяет, находит и исправляет ошибки.

Приемлемые недостатки: предрасположен к чрезмерной тревоге, неохотно делегирует свои полномочия другим.

### Специалист

Сильные стороны: обладает глубоким знанием предмета и снабжает им всю команду.

Приемлемые недостатки: чувствует себя неуверенно за пределами своей специализации, может заикливаться на формальностях.

**ВЫБЕРИТЕ** носителей ролей, которые являются потенциально конфликтными (это могут быть как все роли так и некоторые из предложенных) и выпишите первые буквы их названий в пустую строку \_\_\_\_\_

**ПОМЕСТИТЕ** двух или нескольких инициаторов конфликтного поведения, которых Вы выбрали на рисунок 9 и соедините их между собой, например, с помощью циклической диаграммы/схемы; затем присоедините оставшихся участников в соответствии со своей логикой рассуждения (посмотрите на примеры оформления диаграммы /схемы).

Примеры диаграммы/схемы

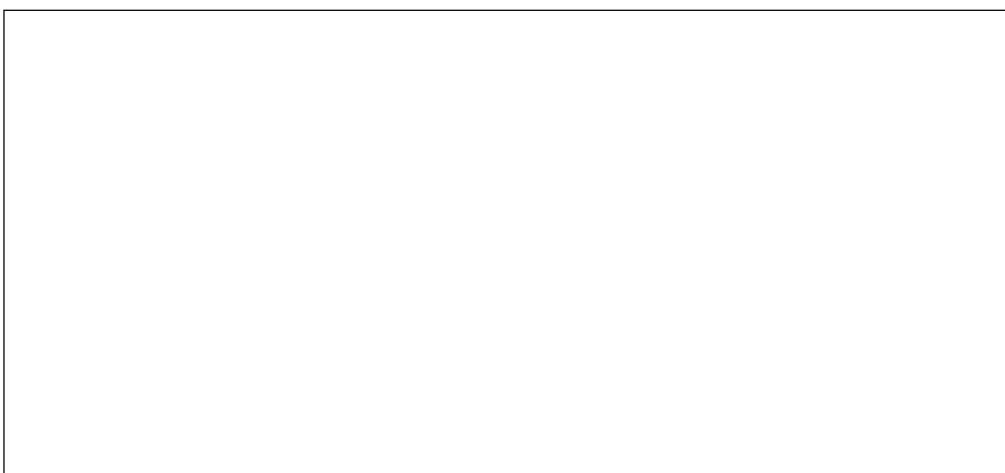
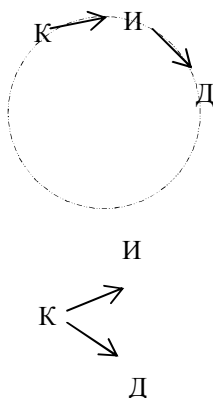


Рис. 9.

**НАЗОВИТЕ** рисунок 9.



**ВПИШИТЕ** около каждой роли принцип, которому в процессе социально-психологического тренинга, вероятнее всего, будет сложно следовать её носителю (если такой принцип отсутствует, то ставьте прочерк и будьте готовы обосновать своё мнение для каждой роли).

**ПРЕДЛОЖИТЕ** вид социально-психологического тренинга для того, чтобы осуществить коррекцию конфликтного поведения указанных сотрудников. Своё предложение обоснуйте с помощью характеристик выбранного СПТ.

-----  
Название СПТ

-----  
-----  
-----  
-----  
-----  
-----  
-----  
-----

**ЗАВЕРШИТЕ** утверждение: сегодня я старался (ась) состояться как личность в процессе знакомства с темой «Социально-психологический тренинг как метод психокоррекции конфликтного поведения», потому что \_ \_ \_

-----  
-----

**ВЫПОЛНИТЕ** тестовое задание. Отметьте один вариант ответа.

1. Анализ ситуаций общения, которые возникают в процессе совместной работы участников отражает такой принцип социально-психологического тренинга как

- А) «здесь и теперь»
- Б) «активность»
- В) «конфиденциальность»

2. Меньше внимания уделяется анализу межличностных отношений, мотивов поступков, характеризуется инструментальным аспектом обучения - это сущность такого метода социально-психологического тренинга как

- А) деловая игра
- Б) групповая дискуссия
- В) ролевая игра

3. Коллективное обсуждение проблемы с целью формирования общего мнения о ней, сопоставление мнений - это сущность такого метода социально-психологического тренинга как

- А) деловая игра
- Б) групповая дискуссия
- В) ролевая игра

4. Готовность принять ответственность за мнение отражает такой принцип социально-психологического тренинга как

- А) «доверительное общение»
- Б) «персонификация высказываний»
- В) «акцентирование языка чувств»

5. Зрители-эксперты обсуждают более верную линию поведения, учитываются стороны общения (коммуникативная, перцептивная, интерактивная) - это сущность такого метода социально-психологического тренинга как

- А) деловая игра
- Б) групповая дискуссия
- В) ролевая игра

#### **ЧАСТЬ 4 «Эмоция и оценка»**

**ВПИШИТЕ** в столбик № 2 ассоциации, которые возникают у Вас с двумя группами студентов, имеющими проф. мотив «Состояться как личность, выполняя свои профессиональные функции» в состоянии баланса и дисбаланса.



**Евгений**  
Студент группы  
«Связи с общественностью»

Столбик № 1

Столбик № 2

Баланс \_\_\_\_\_

Баланс \_\_\_\_\_

Дисбаланс \_\_\_\_\_

Дисбаланс \_\_\_\_\_

**ПЕРЕПИШИТЕ** в столбик № 1 те ассоциации, которые Вы выразили вначале занятия.

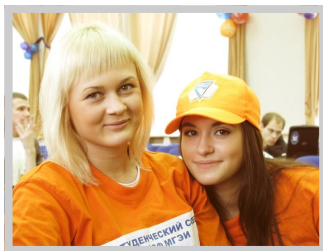
**СРАВНИТЕ** ассоциации:

1. Поменялись ли Ваши ассоциации? \_\_\_\_\_
2. Если поменялись, то охарактеризуйте изменения: положительные, отрицательные, нейтральные.

## ТЕМА 12. СТРУКТУРА КОНСТРУКТИВНОЙ КРИТИКИ И СНИЖЕНИЕ ВНУТРЕННЕГО СОПРОТИВЛЕНИЯ

**Мотив № 12** Заслужить уважение коллег (доверие, справедливое и внимательное отношение)

### ЧАСТЬ 1 «Эмоция и оценка»



**Юлия, Алёна**  
Студенты группы  
«Связи с общественностью»

**ВПИШИТЕ** в пустую строку (1) результаты исследования проф. мотива в Вашей учебной группе (если такое исследование не проводилось, посмотрите результаты исследования другой учебной группы в приложении 1).

**ВПИШИТЕ** в пустую строку (2) ассоциации, которые возникают у Вас с двумя группами студентов, имеющими проф. мотив в состоянии баланса и дисбаланса.

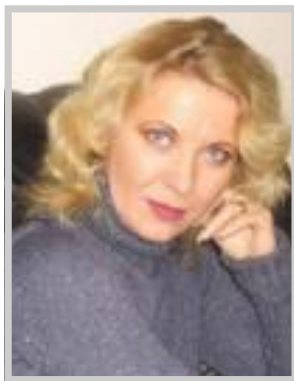
У (1) \_\_ студентов этот мотив будущей проф. деятельности находится в балансном состоянии  
(2) \_\_\_\_\_

У (1) \_\_ студентов этот мотив будущей проф. деятельности находится в дисбалансном состоянии  
(2) \_\_\_\_\_

**ПОДЧЕРКНИТЕ** характер Ваших ассоциаций: позитивные, негативные, нейтральные.

**ОТВЕТЬТЕ** на вопрос: как Вы думаете, с чем связаны указанные результаты исследования проф. мотива у студентов? \_\_\_\_\_

### ЧАСТЬ 2 «Информация»



**Наталья Петровна  
Скворцова**  
Исполнительный директор  
Всероссийского конкурса  
«Уральская премия за  
достижения в сфере связей с  
общественностью  
«Белое крыло»

**ПОЗНАКОМЬТЕСЬ** с Н.П. Скворцовой, которая рассказала о премии «Белое крыло» 2010 года в рамках он-лайн конференции, организованной на сайте «[gaso.ru](http://gaso.ru)».



**ОБРАТИТЕ** внимание на цитаты Натальи Петровны об уважении, которое можно заслужить со стороны коллег при ответах на различные вопросы.

1. *«Хочу особо отметить главное: качественный уровень представляемых на конкурс проектов растёт год от года, а нестандартность авторских решений вызывает уважение всего профессионального сообщества».*

2. *«Тот факт, что с каждым годом количество проектов, участвующих в конкурсе, растёт, на мой взгляд, является показателем взаимного уважения и профессионального доверия».*

3. *«Лично мне близок принцип формирования жюри, объединяющий понятия «уважение» и «гармония». Уважение к людям уже признанным в профессии и к тем, кто только начинает формировать профессиональную репутацию, в том числе, и посредством побед в конкурсе».*

**ОТВЕТЬТЕ** на вопрос: какие обстоятельства, указанные в цитатах Н.П. Скворцовой, формируют уважение, справедливое и внимательное отношение со стороны коллег к специалисту по связям с общественностью \_\_\_\_\_

**ПОЗНАКОМЬТЕСЬ** с результатами небольшого контент-анализа содержания материалов онлайн-конференции на предмет употребления слова «уважение»

Дегтяренко Джемир Джемирович, председатель Оргкомитета премии «Медиа-Менеджер России», генерального директора и главного редактора журнала о медиабизнесе «Новости СМИ». «Лучшие в медиа-бизнесе. Итоги премии «Медиа-Менеджер России 2011». - 14.07.2011 - слово «уважение» не обнаружено

Максим Муссель, российский маркетолог, эксперт в области брендинга и управленческого консалтинга; новатор креативной рекламы и идеологии бизнеса. Тема: «Типичные ошибки в исследовании корпоративной репутации». - 4.04.2013 - слово «уважение» не обнаружено

Наталья Петровна Скворцова, исполнительный директор Всероссийского конкурса «Уральская премия за достижения в сфере связей с общественностью «Белое крыло»: «Юбилей Премии «Белое крыло». - 23.09.2010 - слово «уважение» употребляется 5 раз.

**ОТВЕТЬТЕ** на вопросы:

1. Если Вы включите в свой активный лексикон такие слова как «уважение», «справедливость», то можно ли Вас характеризовать как специалиста, который обладает положительными качествами и стремится в других увидеть эти качества? -----

2. Можно ли утверждать, что специалист по связям с общественностью демонстрирующий уважительное отношение (доверие, справедливость, внимание) к своим коллегам, может осуществлять конструктивную критику по всем правилам? -----

**ИЗУЧИТЕ** правила конструктивной критики

1. Указать на суть недостатков, тормозящих работу
2. Указать на основного виновника негативного результата
3. Выявить других людей, причастных к ошибкам
4. Проанализировать условия, которые способствовали сбою в работе
5. Указать на людей, причастных к созданию таких условий
6. Выяснить психологические причины, приведшие человека к тому, что он допустил промахи в работе
7. Квалифицировать сам недостаток по критериям: повторяемость, значимость, последствия
8. Прогнозировать последствия, вытекающих из критикуемого события
9. Определить пострадавших от ошибок и тех, кто будет исправлять их
10. Сочетать оценки с ответственностью за ошибки
11. Внести конкретные предложения о путях ликвидации недостатков
12. Предложить сроки ликвидации недостатков
13. Предложить силы и средства, необходимые для устранения недостатков
14. Указать на невозможность повторения подобных событий

**ОТВЕТЬТЕ** на вопрос: может ли специалист по связям с общественностью заслужить уважение коллег (доверие, справедливое и внимательное отношение ), используя все правила конструктивной критики? -----

**ОБРАТИТЕ** внимание на рекомендации по снижению внутреннего сопротивления критике

1. Исключить понятия, задевающие достоинство человека
2. Реализовать принцип уместности формы критики (резкая критика «начинающего» может дать больше вреда, чем пользы)
3. Проявить доброжелательность: задача критики – помочь, а не задеть самолюбие
4. Не допустить повторной критики, если ошибка исправлена
5. Не подавлять чувства самостоятельности
6. Учить самокритичности на своём примере
7. Исключить подрыв критикой доверия
8. Критикуя, напомнить человеку о его положительных качествах
9. Показать, что критикуемому выгодно исправиться
10. Перед критикой вспомнить свои собственные ошибки

**ОБВЕДИТЕ** кружочком номер рекомендации (й), которой (ым) Вам сложно следовать в случае, если Вы осуществляете критический анализ.

**ЗАВЕРШИТЕ** утверждение по формуле «чем,..... тем», используя категории

- правила конструктивной критики
- рекомендации по снижению внутреннего сопротивления
- уважение со стороны коллег

-----  
-----  
-----

### ЧАСТЬ 3 «Решение»



**Александр Кушнир**

Журналист и пиарщик, писатель и продюсер, преподаватель института менеджмента и руководитель PR-агентства «Кушнир-продакшн»

**ИЗУЧИТЕ** мнение А.Кушнир: *«Представьте себе, как выглядит стол музыкального редактора: посередине компьютер, а все остальное пространство занимают музыкальные диски – эдакие небоскребы непрослушанных музыкальных произведений. А рядом стоит мусорное ведро, в котором дисков еще больше. Для того, чтобы из всей этой кучи выбрать ТОГО САМОГО, и нужен пиар. Есть два определения музыкального пиара – американское и русское. Американская школа говорит, что пиар – это эффектное и эффективное формирование общественного мнения. В русском же понимании, пиарщик – это человек, ответственный за репутацию артиста».*

**ПОДЧЕРКНИТЕ** в представленном мнении Александра Кушнера те особенности деятельности PR-специалиста, которые вызывают уважение у заказчика, желающего продвинуть свой продукт на рынке.

**ПОСМОТРИТЕ** на пример деятельности продюсера, продвигающего новую коллекцию одежды, представленного в художественном фильме Андрея Михалкова-Кончаловского «Глянец».

**ПРОАНАЛИЗИРУЙТЕ** использование правил конструктивной критики и рекомендаций по снижению внутреннего сопротивления, которые использует/не использует герой сюжета. Если правило и рекомендация используется, то во втором столбце ставьте символ «1».

Использование структурных элементов критики	«1»	«1»
1. Указывает на суть недостатков, тормозящих работу		
3. Выявляет на других людей, причастных к ошибкам		
2. Указывает на основного виновника негативного результата		
4. Анализирует условия, которые способствовали сбою в работе		
5. Указывает на людей, причастных к созданию таких условий		
6. Выясняет психологические причины, приведшие человека к тому, что он допустил промахи в работе		
7. Квалифицирует сам недостаток по критериям: повторяемость, значимость, последствия		
8. Прогнозирует последствия, вытекающих из критикуемого события		
9. Определяет пострадавших от ошибок и тех, кто будет исправлять их		
10. Сочетает оценки с ответственностью за ошибки		
11. Вносит конкретные предложения о путях ликвидации недостатков		
12. Предлагает сроки ликвидации недостатков		
13. Предлагает силы и средства, необходимые для устранения недостатков		
14. Указывает на невозможность повторения подобных событий		
<b>ИТОГО «1»</b>		
<b>Использование рекомендаций по снижению внутреннего сопротивления критике</b>		
1. Исключает понятия, задевающие достоинство человека		
2. Реализует принцип уместности формы критики (резкая критика «начинающего» может дать больше вреда, чем пользы)		
3. Проявляет доброжелательность: задача критики – помочь, а не задеть самолюбие		
4. Не допускает повторной критики, если ошибка исправлена		

5. Не подавляет чувство самостоятельности		
6. Учит самокритичности на своём примере		
7. Исключает подрыв критикой доверия		
8. Критикуя, напоминает человеку о его положительных качествах		
9. Показывает, что критикуемому выгодно исправиться		
10. Перед критикой вспоминает свои собственные ошибки		
<b>ИТОГО «1»</b>		

**ПОСМОТРИТЕ** на пример деятельности редактора журнала, осуществляющий критический анализ предложенной обложки, представленного в художественном фильме Андрея Михалкова-Кончаловского «Глянец».

**ПРОАНАЛИЗИРУЙТЕ** использование правил конструктивной критики и рекомендаций по снижению внутреннего сопротивления, которые использует/не использует героиня сюжета. Если правило и рекомендация используется, то в третьем столбце ставьте символ «1».

**СРАВНИТЕ** результаты анализа продюсера и редактора

-----

-----

-----

-----

-----

**ОТВЕТИТЕ** на вопрос: какие из правил и рекомендаций Вы обязательно будете использовать в ходе критического анализа для того чтобы заслужить уважение со стороны коллег? -----

**ВЫПОЛНИТЕ** тестовое задание. Отметьте один вариант ответа.

- |  |  |
|--|--|
| <p>1. В ходе конструктивной критики нельзя указывать на суть недостатков, тормозящих работу</p> <p>А) согласен</p> <p>Б) не согласен</p> <p>В) иногда</p>  | <p>4. В ходе конструктивной критики</p> <p>А) рекомендуется вспомнить свои собственные ошибки</p> <p>Б) не рекомендуется вспоминать свои собственные ошибки</p> <p>В) показать критикуемому, что у него не получится исправиться</p>                       |
| <p>2. В ходе конструктивной критики</p> <p>А) нужно указать основного виновника негативного результата</p> <p>Б) формировать ответственность, но не оценивать</p> <p>В) оценить, но не формировать ответственность</p> | <p>5. Конструктивно критикуя, человека</p> <p>А) необходимо напомнить человеку о его положительных качествах</p> <p>Б) не рекомендуется напоминать человеку о его положительных качествах</p> <p>В) исключить демонстрацию собственной самокритичности</p> |
| <p>3. В ходе конструктивной критики нужно</p> <p>А) оценивать результаты деятельности, а не личность</p> <p>Б) использовать понятия, задевающие достоинство человека</p> <p>В) подавить чувство самостоятельности</p>  |  |





*Екатерина, Яна, Алёна  
Студенты группы  
«Связи с общественностью»*

#### ЧАСТЬ 4 «Эмоция и оценка»

**ВПИШИТЕ** в столбик № 2 ассоциации, которые возникают у Вас с двумя группами студентов, имеющими проф. мотив «Заслужить уважение со стороны коллег (доверие, справедливое и внимательное отношение)» в состоянии баланса и дисбаланса.

Столбик № 1

Столбик № 2

Баланс \_\_\_\_\_

Баланс \_\_\_\_\_

Дисбаланс \_\_\_\_\_

Дисбаланс \_\_\_\_\_

**ПЕРЕПИШИТЕ** в столбик № 1 те ассоциации, которые Вы выразили вначале занятия.

**СРАВНИТЕ** ассоциации:

1. Поменялись ли Ваши ассоциации? \_\_\_\_\_
2. Если поменялись, то охарактеризуйте изменения: положительные, отрицательные, нейтральные.

### **ТЕМА 13. ПОДГОТОВКА ОПТИМАЛЬНОГО УПРАВЛЕНЧЕСКОГО РЕШЕНИЯ**

**Мотив № 13** Работать в соответствии с любым графиком и расписанием дня

#### ЧАСТЬ 1 «Эмоция и оценка»



*Юлия, Дарья, Максим  
Студенты группы  
«Связи с общественностью»*

**ВПИШИТЕ** в пустую строчку (1) результаты исследования проф. мотива в Вашей учебной группе (если такое исследование не проводилось, посмотрите результаты исследования другой учебной группы в приложении 1).

**ВПИШИТЕ** в пустую строчку (2) ассоциации, которые возникают у Вас с двумя группами студентов, имеющими проф. мотив в состоянии баланса и дисбаланса.

У (1) \_\_ студентов этот мотив будущей проф. деятельности находится в балансном состоянии  
(2) \_\_\_\_\_

У (1) \_\_ студентов этот мотив будущей проф. деятельности находится в **дис**балансном состоянии  
(2) \_\_\_\_\_

**ПОДЧЕРКНИТЕ** характер Ваших ассоциаций: позитивные, негативные, нейтральные.

**ОТВЕТЬТЕ** на вопрос: как Вы думаете, с чем связаны указанные результаты исследования проф. мотива у студентов? \_\_\_\_\_

#### ЧАСТЬ 2 «Информация»

**ИЗУЧИТЕ** одно из условий работы специалиста по коммуникациям, которые представлены в объявлениях о приеме на работу информационного ресурса «HeadHunter».



1. Специалист по связям с общественностью  
Тип занятости: полная занятость, полный день  
09:30-18:30

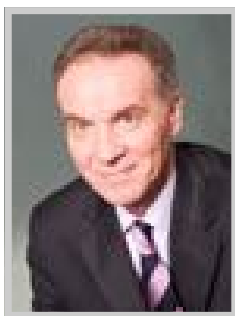


2. Менеджер по рекламе и PR  
Режим работы 5/2 с 09-00 до 18-00,  
либо 10-00 до 19-00 на выбор;



3. PR-менеджер  
Пятидневная рабочая неделя с 10.00 до 19.00

**ОБРАТИТЕ** внимание на комментарии специалистов о графике и распорядке дня специалиста по коммуникациям.



**Владимир Андреевич Бекетов**  
Зам. ген. Директора  
по PR  
«Корпорации Я»



1. В.А. Бекетов: *«Скажу честно, что подходят нам не все, не каждый выдерживает строгую дисциплину, высокие требования к квалификации и достаточно напряженный график работы. Но надо понимать, что они – залог нашего успеха, дальнейшего развития и доверия со стороны самых разных заказчиков».*



**Ирина Феликсовна Есипова**  
Советник Министра  
энергетики РФ  
(пресс-секретарь Мин-  
энерго России)

elec.ru



МИНИСТЕРСТВО ЭНЕРГЕТИКИ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

2. И.Ф. Есипова: *«К трудовому распорядку подходим творчески, занимаемся любимым делом 24 часа в сутки».*



**Юлиана Юрьевна Слащева**  
Президент агентства  
«Михайлов и Партнеры.  
Управление стратегическими  
коммуникациями»



3. Ю.Ю. Слащева: *«Распорядок дня у меня действительно ужасный. Но, как я уже говорила, я очень люблю то, что я делаю. Мои коллеги смеются, что у меня есть способность к энергетической самозарядке. Кроме того, несмотря на очень нагруженный рабочий день, я всегда оставляю время, которое нужно уделить своему внешнему виду».*

**ОТВЕТЬТЕ** на вопрос: информация из каких источников отражает реальный график и распорядок для специалиста по связям с общественностью?  
01 информация, содержащаяся в объявлениях о приеме на работу  
02 информация, содержащаяся в комментариях специалистов

**ПРЕДПОЛОЖИТЕ** с чем связано различие информации о графике и распорядке дня специалиста по связям с общественностью в объявлениях и комментариях? \_\_\_\_\_

**НАРИСУЙТЕ** процесс «столкновения» информации 2-х видов в сознании у молодого специалиста по связям с общественностью, который нашел работу по одному из 3-х объявлений, а в реальности столкнулся с ненормированным графиком работы и распорядком дня.



Рис. 10. \_\_\_\_\_

**ПОМЕНИТЕСЬ** рисунками с Вашим коллегой (или посмотрите приложение 2) и ответьте на вопрос: готовы ли Ваши коллеги работать в соответствии с любым графиком и распорядком дня? \_\_\_\_\_

**НАЗОВИТЕ** рисунок 10.

**ОТВЕТЬТЕ** на вопрос: приняли бы Вы управленческое решение поместить в объявлении о приеме на работу реальную информацию о ненормированном графике и распорядке для специалиста по связям с общественностью в той организации, где Вы будете работать (работаете на данный момент) и сделать ссылки на комментарии таких специалистов как: В.А. Бекетов, И.Ф. Есипова, Ю.Ю. Слащёва? \_\_\_\_\_



**ОБРАТИТЕ** внимание: важнейшим системообразующим фактором моделей, создаваемых при обосновании и принятии решения по управлению социальными и социотехническими системами, является **ЧЕЛОВЕК**. Самое главное заключено в человеке, который является единственной движущей силой любой организации, любого дела.

Человек - также основной источник всех трудностей и проблем.

**ИЗУЧИТЕ** этапы подготовки управленческого решения в первом столбце таблицы.

**ПРЕДПОЛОЖИТЕ** помощью ответов на вопросы во втором столбце таблицы, какое управленческое решение примет руководитель о включении в объявление информации соответствующей реальному графику и распорядку дня (ГиРД) специалиста по связям с общественностью.

Этапы подготовки оптимального управленческого решения	Подготовка управленческого решения о помещении реальной информации о графике и распорядке дня (ГиРД) в объявление о приеме на работу
<p><u>Этап 1.</u> Построение <i>информационной</i> модели состояния объекта:</p> <p>1. информация должна отражать «+» и «-» моменты 2. определить с изменение состояния объекта в разное время</p>	<p>1. Какие Вы видите «+» и «-» моменты в размещении реальной информации о ГиРД? _____</p> <p>2. Ранее предпринимались попытки публиковать реальную информацию о ГиРД? _____</p>
<p><u>Этап 2.</u> Построение <i>объяснительной</i> модели:</p> <p>3. определить причины, под влиянием которых объект находится в таком состоянии: - главные причины - второстепенные причины</p>	<p>3. Какие главные и второстепенные причины заставляют задуматься о помещении реальной информации о ГиРД? _____</p>
<p><u>Этап 3.</u> Построение <i>прогностической</i> модели (пока не вмешиваться в изменение объекта):</p> <p>4. наихудший вариант развития объекта 5. наилучший вариант развития объекта 6. вероятный вариант развития объекта</p>	<p>4. Какой наихудший вариант развития событий возможен если поместить реальную инф. о ГиРД? _____</p> <p>5. Какой наилучший вариант развития событий возможен если поместить реальную инф. ГиРД? _____</p> <p>6. Какой вероятный вариант развития событий возможен если поместить реальную инф. о ГиРД? _____</p>
<p><u>Этап 4.</u> Построение модели <i>целей</i>:</p> <p>7. конечная цель (стратегическая) 8. промежуточная цель (оперативная) 9. ближайшая цель (тактическая)</p>	<p>7. Какую конечную цель преследует руководитель помещая реальную инф. о ГиРД? _____</p> <p>8. Какую промежуточную цель преследует руководитель помещая реальную инф. о ГиРД? _____</p> <p>9. Какую ближайшую цель преследует руководитель помещая реальную инф. о ГиРД? _____</p>
<p><u>Этап 5.</u> Принятие <i>управленческого</i> решения:</p> <p>10. ответить на вопрос «Что делать?»</p>	<p>10. Размещать реальную инф. о ГиРД или не размещать? _____</p>

<p><u>Этап 6. Принятие технологического управленческого решения:</u>  11. средства (денежные, информационные, человеческие и т.д.)  12. время</p>	<p>11. Какие средства нужно затратить для того чтобы разместить инф. о реальном ГиРД? _____  12. Сколько понадобится времени на разработку и размещение реальной инф. о ГиРД? _____</p>
<p><u>Этап 7. (13). Претворение решения в жизнь</u></p>	<p>13. В каких источниках необходимо разместить реальную инф. о ГиРД? _____</p>
<p><u>Этап 8. Оценка результатов деятельности:</u>  14. рез-т приближается к идеалу  15. рез-т соответствует норме  16. рез-т соответствует стратегической цели  17. достигнутый рез-т отличается от начального положения  18. рез-т измеряется сравнением с другими:  - лучшими  - средними  - худшими</p>	<p>14. Опишите идеальный результат (см п.5) размещения реальной инф. о ГиРД _____  Как Вы думаете, руководитель сможет приблизиться к идеалу? _____  15. Опишите норму (п.6) размещения реальной инф. о ГиРД _____  Как Вы думаете, руководитель сможет приблизиться к норме? _____  16. Укажите стратегическую цель (п.7) размещения реальной инф. о ГиРД _____  Как Вы думаете, руководитель сможет достичь этой цели? _____  17. Как Вы думаете, руководитель изменит первоначальное содержание информации о ГиРД (п.1)? _____  18. Назовите организации, с объявлениями которых руководитель должен сравнить содержание своих объявлений о приёме на работу:  - лучшие _____  - средние _____  - худшие _____</p>
<p><u>Этап 9 (19). Принятие решения на продолжение или прекращение деятельности</u></p>	<p>19. Должен ли руководитель постоянно размещать объявления с реальной инф. о ГиРД? _____</p>
<p><u>Этап 10 (20). Обобщение полученного опыта</u></p>	<p>20. С помощью каких методов руководитель должен проанализировать результаты размещения объявления с реальной инф. о ГиРД (опрос новых сотрудников, текучесть кадров контент-анализ объявлений компаний-конкурентов и др.)? _____</p>

### ЧАСТЬ 3 «Решение»



**Анатолий Коптев**  
Учредитель, Креативный директор, руководитель проекта «Питер Online» компании «CSN-PRO Communication group»

**CSN-PRO**  
Communication group

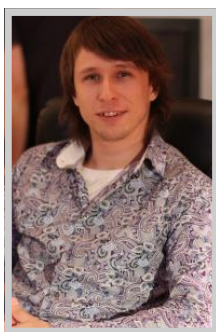
**ПОЗНАКОМЬТЕСЬ** с А.Коптевым, который опубликовал «Трактат Пиарщика» А.Титова, состоящий из 52 пунктов, на своей страничке социальной сети «ВКонтакте».



1. Мир — это большой коллективный театр актёров и актрис
  2. Пиарщик — театральный режиссёр в Мире.
  3. Пиарщик личность опасная, легко возбудимая.
  4. Пиарщик всё помнит, но записывает.
  5. Пиарщик не проигрывает, а поддается.
  6. А поддаётся только для того, чтобы было дальше интересно работать.
  7. Пиарщик не боится трудностей, они его закаляют.
  8. Пиарщик не любит работать в офисе.
  9. Если пиарщик рано приехал на работу, то он рано придет с неё.
  10. Пиарщик работает круглые сутки.
- п.... 52

**ПОДЧЕРКНИТЕ** в трактате пункты, указывающий на график рабочего дня специалиста по связям с общественностью

**ОБРАТИТЕ** внимание на информацию о А. Коптеве, которая размещена в разделе «Команда» на сайте компании «CSN-PRO Communication group».



### Анатолий КОПТЕВ

*Учредитель, Креативный директор, руководитель проекта «Питер Online»*

Бодრствует по ночам и просыпается не раньше 14:00. Приходит в офис и постоянно рассказывает как круто будет дальше. Обычно не ошибается, что радует.

Периодически кричит, но обычно по делу. Знает каждую ниточку в организации.

#### Контакты:

e-mail: koptev@csn-pro.ru

тел.: +7 (812) 985-55-46 (телефон офиса)

**УКАЖИТЕ** положительные и отрицательные стороны графика и распорядка дня для А.Коптева и для компании, в которой трудится специалист.

«+» стороны графика и распорядка дня		«-» стороны графика и распорядка дня	
Для «CSN-PRO Communication group»	Для Анатолия	«CSN-PRO Communication group»	Для Анатолия
-----	-----	-----	-----
-----	-----	-----	-----
-----	-----	-----	-----
-----	-----	-----	-----
-----	-----	-----	-----

**ПРЕДЛОЖИТЕ** методы, с помощью которых можно помочь сотрудникам компании оптимально распределить свои силы в течении дня (недели, месяца), т.е. минимизировать влияние «-» сторон напряженной работы специалистов по связям с общественностью. \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**ПРОЧИТАЙТЕ** о системе, которая сможет распределить свои силы.



Тайм-менеджмент или управление временем — это система по налаживанию своих отношений со временем. Многие считают, что обращаться со временем легко, и для этого не нужно ничему учиться.

#### Причины обучения тайм-менеджменту

Во-первых, человек начинает понимать, что ему постоянно не хватает времени.

Во-вторых, человек хочет расти в профессиональном или личностном направлениях.

**ОЗНАКОМЬТЕСЬ** с рекламными плакатами (Приложение 3), которые разработали студенты, принимавшие участие в ежегодном фестивале «PR-профессия третьего тысячелетия» в 2011 году организованном Санкт-Петербургским государственным Электротехническим университетом (ЛЭТИ).



**ЗАПОЛНИТЕ** элементы принятия оптимального управленческого решения в первом столбце таблицы, параллельно отвечая на вопросы во втором столбце таблицы, направленные на выбор рекламного плаката, который будет тиражироваться по различным каналам для сотрудников Вашей организации.

Этапы подготовки оптимального управленческого решения	Подготовка управленческого решения о выборе плаката «Тайм-менеджмент»
<b>Этап 1.</b> Построение _____ модели состояния объекта: 1. информация должна отражать «__» и «__» моменты 2. определить с изменение состояния объекта в разное _____	1. Какие Вы видите стороны в размещении плаката? ____ _____ 2. Размещение плаката - это первый шаг на пути к оказанию помощи сотрудникам в управлении временем или в подобных случаях с сотрудниками уже проводились к.-л. беседы? _____



<p><u>Этап 2.</u> Построение _____ модели:</p> <p>3. определить причины, под влиянием которых объект находится в таком состоянии:</p> <p>- _____ причин</p> <p>- _____ причины</p>	<p>3. Что заставляет задуматься о распространении данного плаката ? _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p><u>Этап 3.</u> Построение _____ модели (пока не вмешиваться в изменение объекта):</p> <p>4. _____ вариант развития объекта</p> <p>5. _____ вариант развития объекта</p> <p>6. _____ вариант развития объекта</p>	<p>4. Какой _____ вариант развития событий возможен если распространить плакат? _____</p> <p>5. Какой _____ вариант развития событий возможен если распространить плакат? _____</p> <p>6. Какой _____ вариант развития событий возможен если распространить плакат? _____</p>
<p><u>Этап 4.</u> Построение модели <i>целей</i>:</p> <p>7. _____ цель ( _____ )</p> <p>8. _____ цель ( _____ )</p> <p>9. _____ цель ( _____ )</p>	<p>7. Какая _____ цель преследуется с помощью размещения плаката? _____</p> <p>8. Какая _____ цель преследуется с помощью размещения плаката? _____</p> <p>9. Какая _____ цель преследуется с помощью размещения плаката? _____</p>
<p><u>Этап 5.</u> Принятие _____ решения:</p> <p>10. ответить на вопрос « _____ делать?»</p>	<p>10. Выпишите номер плаката, который Вы разместите для сотрудников своей организации? _____</p>
<p><u>Этап 6.</u> Принятие _____ управленческого решения:</p> <p>11. средства (денежные, информационные, человеческие и т.д.)</p> <p>12. время</p>	<p>11. Какие средства нужно затратить для того чтобы распространить плакат ? _____</p> <p>12. Сколько понадобится времени на распространение плаката? _____</p>
<p><u>Этап 7.</u> (13). <i>Претворение решения в жизнь</i></p>	<p>13. Какие каналы необходимо задействовать для распространения плаката? _____</p> <p>_____</p>
<p><u>Этап 8.</u> <i>Оценка результатов деятельности</i>:</p> <p>14. рез-т приближается к _____</p> <p>15. рез-т соответствует _____</p> <p>16. рез-т соответствует стратегической _____</p> <p>17. достигнутый рез-т отличается от _____ положения</p> <p>18. рез-т измеряется сравнением с другими:</p> <p>- _____</p> <p>- _____</p> <p>- _____</p>	<p>14. Опишите _____ результат (см п.5) размещения плаката _____</p> <p>15. Опишите _____ (п.6) размещения плаката _____</p> <p>16. Укажите стратегическую _____ (п.7) размещения плаката _____</p> <p>17. Как Вы думаете, плакат может способствовать первоначальной ситуации неоптимального расходования ресурсов в графике и распорядке дня сотрудников (п.1)? _____</p> <p>18. Укажите, номера плакатов, с которыми Вы будете сравнивать выбранный Вами плакат:</p> <p>- _____ № _____</p> <p>- _____ № _____</p> <p>- _____ № _____ (плакат-победитель отмечается вместе с п. 20)</p>
<p><u>Этап 9</u> (19). Принятие решения на _____ или _____ деятельности</p>	<p>19. Стали бы Вы периодически размещать плакат для своих сотрудников? _____</p>
<p><u>Этап 10</u> (20). Обобщение полученного опыта</p>	<p>20. Посмотрите на следующей странице номер плаката, отмеченного курсивом, который получил первое место на фестивале путем зрительского голосования всех команд. Впишите номер плаката и название вуза в пустую строчку _____</p>

Плакаты № 1 Северо-Западный филиал Московского гуманитарно-экономического института  
 Плакаты № 2 Российский государственный гидрометеорологический университет  
 Плакаты № 3 Донской Государственный Технический Университет  
 Плакаты № 4 Мичуринский Государственный Аграрный Университет  
 Плакаты № 5 Тамбовский государственный технический университет  
 Плакаты № 6 Ухтинский Государственный Технический Университет  
 Плакаты № 7 Пензенский государственный университет  
 Плакаты № 8 Южный Федеральный Университет

Представлено  
ограниченное количество  
плакатов, разработанных  
командами-участниками



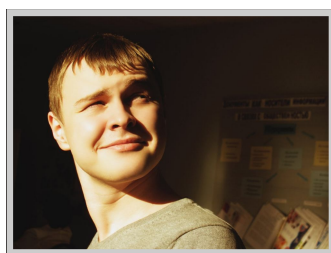
**ОТВЕТИТЕ** на вопрос: тайм-менеджмент поможет Вам осуществлять свои профессиональные функции в соответствии с любым графиком и распорядком дня? \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**ВЫПОЛНИТЕ** тестовое задание. Отметьте один вариант ответа.

1. Модель подготовки оптимального управленческого решения, в которой определяются причины, под влиянием которых объект находится в таком состоянии называется  
 А) информационная  
 Б) объяснительная  
 В) прогностическая
2. В ходе подготовки оптимального управленческого решения модель целей строится  
 А) перед информационной моделью  
 Б) после прогностической модели  
 В) перед объяснительной моделью
3. В ходе подготовки оптимального управленческого решения выбор средств и времени характеризует  
 А) принятие технологического управленческого решения  
 Б) претворение решения в жизнь  
 В) построение объяснительной модели
4. При подготовке оптимального управленческого решения необходимо учитывать такие способы оценки как  
 А) идеал, норму, цель, другие, начало  
 Б) идея, мнение экспертов, вознаграждение  
 В) темперамент, характер, уровень тревожности
5. В ходе подготовки к принятию управленческого решения этап продолжения или прекращения деятельности  
 А) следует после обобщения полученного опыта  
 Б) следует перед обобщением полученного опыта  
 В) должен следовать совместно с объяснительной моделью

#### **ЧАСТЬ 4 «Эмоция и оценка»**



**Андрей**  
Студент группы  
«Связи с общественностью»

**ВПИШИТЕ** в столбик № 2 ассоциации, которые возникают у Вас с двумя группами студентов, имеющими проф. мотив «Работать в соответствии с любым графиком и распорядком дня» в состоянии баланса и дисбаланса.

Столбик № 1	Столбик № 2
Баланс _____	Баланс _____
Дисбаланс _____	Дисбаланс _____

**ПЕРЕПИШИТЕ** в столбик № 1 те ассоциации, которые Вы выразили в начале занятия.

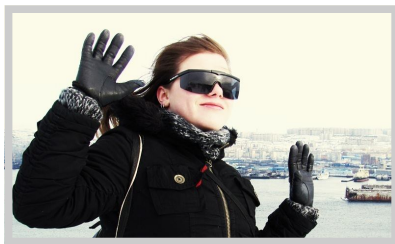
**СРАВНИТЕ** ассоциации:

1. Поменялись ли Ваши ассоциации? \_\_\_\_\_
2. Если поменялись, то охарактеризуйте изменения: положительные, отрицательные, нейтральные.

## ТЕМА 14. ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ПРИЧИНЫ КОНФЛИКТОГЕННЫХ РЕШЕНИЙ

### Мотив № 14 Ездить в служебные командировки

#### ЧАСТЬ 1 «Эмоция и оценка»



Алёна  
Студент группы  
«Связи с общественностью»

**ВПИШИТЕ** в пустую строчку (1) результаты исследования проф. мотива в Вашей учебной группе (если такое исследование не проводилось, посмотрите результаты исследования другой учебной группы в приложении 1).

**ВПИШИТЕ** в пустую строчку (2) ассоциации, которые возникают у Вас с двумя группами студентов, имеющими проф. мотив в состоянии баланса и дисбаланса.

У (1) \_\_ студентов этот мотив будущей проф. деятельности находится в балансном состоянии  
(2) \_\_\_\_\_

У (1) \_\_ студентов этот мотив будущей проф. деятельности находится в дисбалансном состоянии  
(2) \_\_\_\_\_

**ПОДЧЕРКНИТЕ** характер Ваших ассоциаций: позитивные, негативные, нейтральные.

**ОТВЕТИТЕ** на вопрос: как Вы думаете, с чем связаны указанные результаты исследования проф. мотива у студентов? \_\_\_\_\_

#### ЧАСТЬ 2 «Информация»

**ИЗУЧИТЕ** результаты исследования 2012 года, в котором приняли участие 226 респондентов из числа топ-менеджеров высшего и среднего звена компаний московского региона. «Уровень мобильности топ-



менеджеров за последние десять лет резко возрос. С этим фактом согласилось 76% из числа респондентов исследования. Чаще всего в командировки отправляются представители сферы торговли, производства, маркетинга и PR. Более 65% респондентов хотели бы увеличить число деловых поездок. Согласно ответам опрошенных, главная цель их командировок - контроль за работой представительств компании. Об этом заявили 78% участников исследования. Для каждого четвертого респондента деловая поездка – это возможность получить новый опыт и повысить свою квалификацию. Среди причин командировок были также выделены следующие: временная работа на новом объекте, продажа услуг, обучение, а также ведение переговоров с партнерами или клиентами».

**ПРЕДПОЛОЖИТЕ**, если подобное исследование проводить среди рядовых сотрудников организации, будут ли результаты идентичны результатам исследования, предложенного выше? \_\_\_\_\_



Дон Аслетт  
Автор книги «Как успевать  
жить и работать»

**ПОЗНАКОМЬТЕСЬ** с мнением Д. Аслетта: «Наверное, только идеалисты могут, сидя в офисе, мечтать о скорой командировке и радостно строить планы на предстоящую поездку. Реалисты же знают, что деловые путешествия, на самолете или в такси, - не всегда самый приятный способ провести время.

#### Причин этому несколько

- намеченные мероприятия могут не начаться вовремя не по вашей вине;
- неудачная погода может плохо повлиять на наше здоровье и испортить поездку;
- день, проведенный в рабочей поездке, по меньшей мере в два раза утомительнее, чем один день в офисе;
- у вас будет в два или в три раза меньше свободного времени, чем вы планировали;

- каждое собрание, на которое вы приходите, и каждый человек, с которым вы встречаетесь, отнимают в два раза больше времени, чем вы ожидали;
- командировки всегда обходятся вам дороже, чем вы рассчитывали;
- в поездках обычно увеличивается количество телефонных звонков и сообщений;
- кроме того, по возвращении вас наверняка будут ждать новые обязательства».





**ОБРАТИТЕ** внимание: категория «управлять» и категория «руководить» от отличаются друг от друга. Управление может осуществляться собственными решениями и собственной деятельностью. Руководство может осуществляться как собственными решениями и собственной деятельностью, так и деятельностью подчинённых лиц.

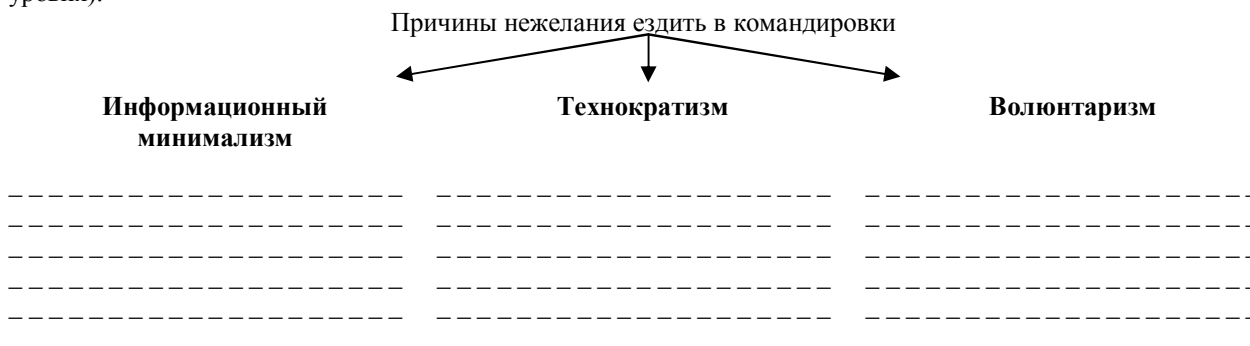
**ИЗУЧИТЕ** психологические причины конфликтогенных решений, принимаемых на любом уровне.

1. Низкое качество обоснования управленческих решений (**информационный минимализм**). Многие решения либо практически не обосновываются, либо обосновываются с помощью неглубокой описательной модели, неглубокой модели целей и причин, неглубокой модели прогнозов и без понятного описания механизма достижения цели.

2. Выраженный технократический подход к управлению социальными и социотехническими системами (**технократизм**). Люди практически превратились в источник получения прибыли и в электорат. Руководители разных уровней все еще плохо понимают, что, не поставив в процессе управленческого решения в центр человека, трудно достичь высоких целей., т.к. всякое дело выполняется не столько машинами, сколько людьми.

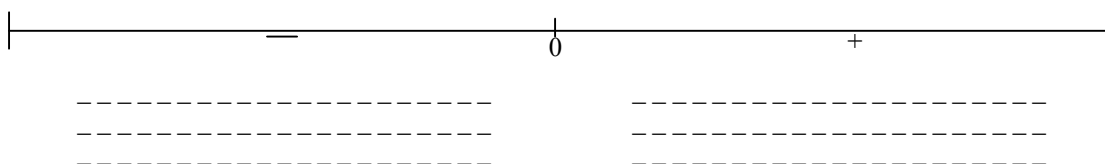
3. **Волюнтаризм**. Руководитель волюнтаристского типа абсолютизирует правильность собственных подходов к решению проблемы, не учитывает мнения тех, кто работает вместе с ним. У таких руководителей волевой компонент принятия решения доминирует над информационно-аналитическим.

**ВЕРНИТЕСЬ** к причинам по Д.Аслетту, свидетельствующим о нежелании специалиста ездить в служебные командировки и распределите их в три группы причин конфликтогенных решений микроуровня (личностного уровня).

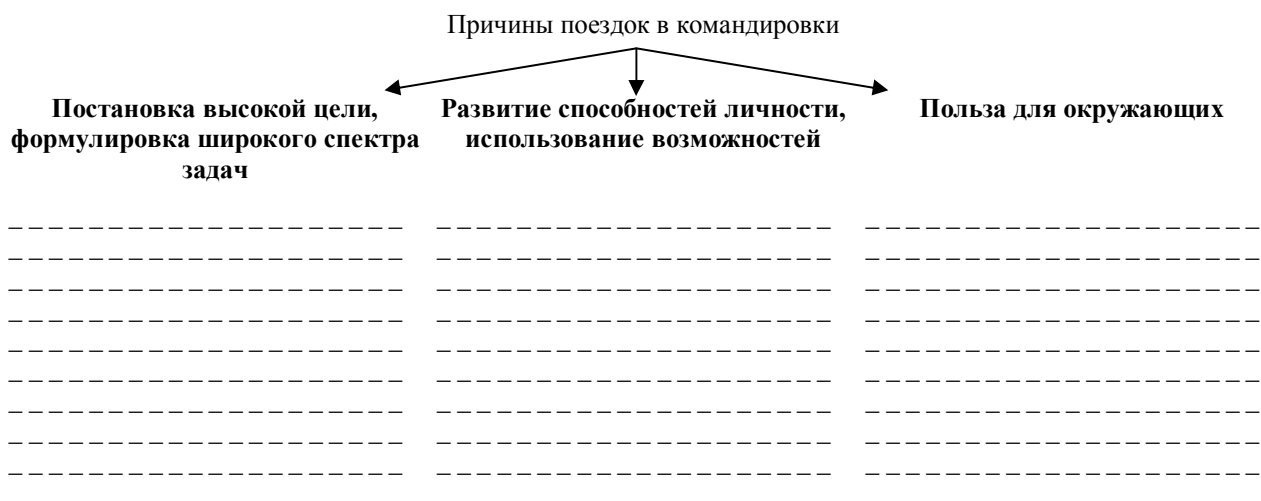


**ПОКАЖИТЕ** на отрезке, где есть «-» и «+», полярность причин, положенных в основу нежелания сотрудника ездить в командировки, то есть:

- «информационный минимализм» противоположен «высоким целям, широкому спектру задач»
- «технократизм» противоположен «развитию способностей личности, использованию возможностей»
- «волюнтаризм» противоположен «пользе для окружающих»



**ПРЕДЛОЖИТЕ** список причин, которые могут быть положены в основу Вашего желания ездить в командировки и распределите их в три группы, расположенных на положительной оси координат.



**ИЗУЧИТЕ** причины, которые собрала Наталья Малахаева в одной из своих статей на тему «Командировка: едем куда, зачем и почему?». «Во-первых, командировки могут способствовать карьерному продвижению. Во время служебных поездок накапливается опыт принятия самостоятельных решений, приобретаются навыки проведения переговоров на самых разных уровнях. Если сотрудник хорошо зарекомендует себя во время командировок, у коллег и руководства формируется представление о нем, как о человеке, способном к эффективной самостоятельной работе. Во-вторых, служебные командировки вносят разнообразие

в «серые» трудовые будни и на эмоциональном уровне воспринимаются, как отпуск. Дмитрий, менеджер крупной консалтинговой фирмы, отмечает два основных важных положительных фактора в командировках: «Первый — такого рода поездки расширяют мой кругозор, второй — возрастает уважение со стороны коллег и руководства». А менеджер розничной торговли, Иван, несмотря на небольшой опыт служебных разъездов, уверен, что время от времени покидать пределы своего офиса просто необходимо: «Для меня командировки стали своеобразной встряской и возможностью взглянуть на работу под другим углом. В этих поездках я завожу новые деловые знакомства, многому учусь, перенимаю опыт. Коллеги начинают прислушиваться к моему мнению, я как специалист расту в их глазах и глазах руководства». Кроме того, в компаниях, где думают о мотивации персонала, служебные поездки хорошо оплачиваются. Командировки в головной офис предоставляют отличную возможность лично познакомиться с руководством компании и произвести впечатление высококвалифицированного специалиста, что действительно может способствовать быстрому карьерному продвижению. Заграничные командировки имеют ряд дополнительных плюсов — появляется возможность узнать новую страну, новую культуру и попрактиковать язык».

**ДОПОЛНИТЕ** причины поездок в командировки, которые Вы отметили в трёх группах, причинами, которые отметила в своей статье Н. Малахаева.



**Кристина Шукурова**  
Консультант по подбору персонала агентства The Russian Connection Group

**ПОЗНАКОМЬТЕСЬ** с К. Шакуровой, которая перечислила требования к сотруднику, направляемого в командировку.

**ПОДЧЕРКНИТЕ** те характеристики, которые соответствуют Вам. «В то же время следует заметить, что для многих должностей, предполагающих регулярные командировки, от соискателей не требуется наличия соответствующего опыта. Если вакансия подразумевает длительные или частые деловые поездки, работодатель в первую очередь обратит внимание на такие личные качества соискателя, как гибкость, мобильность, умение быстро адаптироваться, работать с большими объемами информации. И кандидатам необходимо оценить, готовы ли они в ближайшее время к постоянным переездам и перелетам, проживанию в гостиницах, как это воспримут близкие им люди».





### ЧАСТЬ 3 «Решение»

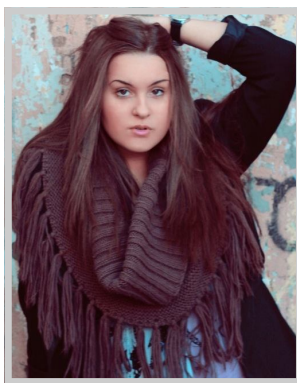
**ВПИШИТЕ** три психологические причины конфликтогенных решений в таблицу.

Психологические причины отказа сотрудникам в поездках в командировки

Причина 1	Причина 2	Причина 3
-----	-----	-----
-----	-----	-----
-----	-----	-----

**СФОРМУЛИРУЙТЕ** по одному предложению соответствующего каждой причине отказа от отправки своих сотрудников в служебную командировку (т.е. откажите свою сотруднику в командировке).

**ПОЗНАКОМЬТЕСЬ** с двумя практикующими специалистами по коммуникациям, которые говорят о требованиях и к сотруднику, направляемому в командировку и значении этой поездки.



**Дарья Копнинова**  
Координатор премии  
в области коммерческой не-  
движимости Commercial Real  
Estate Awards  
ООО «Импресс Медиа.  
Маркетинг»



Д. Копнинова: «Выбор сотрудника для командировки является важным моментом и в значительной степени способен повлиять на деловые взаимоотношения «руководитель-подчиненный». Основным критерием выбора, на мой взгляд, является уровень ответственности сотрудника. То, на сколько ему можно доверить важное дело и насколько серьезно он отнесется к его выполнению. Далее по значимости можно расположить профессионализм. Молодых и неопытных сотрудников направляют в деловые поездки, даже если они не имеют достаточного опыта, но к выполнению поручений отнесутся ответственно. Профессионализм и опыт играет важную роль, т.к. работник готов к поручениям, имеет опыт и легко справится даже со сложными задачами. Часто критерием выбора становится личная симпатия руководителя. Но это не всегда приводит к хорошему результату, т.к. личное взаимоотношение - это субъективная категория, работник может не справиться с поручением или, зная, что к нему испытывают особенное отношение, халатно отнестись к работе. Командировки - очень важный этап в работе любого специалиста. Выбор сотрудника на эту роль является серьезным и ответственным решением. Поэтому необходимо отбросить личные симпатии и руководствоваться исключительно профессиональными качествами работника. В данном случае легче прогнозировать ситуацию и предотвратить возможные проблемы».

Е. Тяжкороб: «Безусловно, пиар-специалист, который отправляется в командировку должен обладать рядом качеств: прежде всего, - это коммуникабельность, контактность, самоорганизация, умение принимать решения в форс-мажорных обстоятельствах, харизма (тоже не помешает), доброжелательность и открытость, способность к вербальной и невербальной организации речи, умение «держат» аудиторию, отслеживать и реагировать на обратную связь. Кроме того, надо учиться работать с возражениями в своем сегменте рынка и относительно своего продукта, потому что велика вероятность присутствия конкурентов, от которых нужно будет отстраиваться и делать это корректно и грамотно. Надо понимать, что пиарщик в командировке - это в прямом смысле лицо компании, от того как он себя покажет будет зависеть восприятие всей организации. Следовательно нужны навыки самопрезентации и знание делового этикета. Но самое главное, на мой взгляд, это знание и понимание продукта, философии компании и вера в то, что говоришь, потому что если пиарщик стоит отдельно от своего бренда - это видно сразу. Это может себе позволить бухгалтер, технолог, но только не пиарщик. Сотрудник, который едет в командировку, должен понимать свою ответственность и обладать предельной концентрацией внимания, а самое главное получать удовольствие от того, что делает. Не так давно я вернулась из недельной командировки и могу сказать, что пиарщикам, которые ездят часто и проводят семинары, презентации и прочие мероприятия в пору давать звание



Адьютант®  
на страже Вашего времени



**Екатерина Тяжкороб**  
Бренд-менеджер  
ОАО «ПОНИ» торговой  
марки «Адьютант»  
(выпускают ежедневники  
под заказ)

«заслуженного артиста» - это правда тяжелый труд, а человеческий фактор ведь никто не отменял (настроение, самочувствие и общий контекст жизни всегда разные). Но в общем и целом командировки - это оооочень круто»».

**ПРИМИТЕ** управленческое решение, направленное на выбор одного из двух сотрудников, которого Вы отправили бы в командировку. Следуйте следующему алгоритму:

1. Впишите в пустую строку названия таблицы имя того специалиста, которого Вы выбрали
2. Впишите вместо 3-х психологических причин конфликтогенных решений ту причину, которая является противоположной, т.е. должна быть положена в основу выбора сотрудника, отправляемого в командировку.
3. Заполните пустые строки, обосновывая выбор Екатерины или Дарьи с помощью цитат, используемых в их текстах.

Психологические причины выбора \_\_\_\_\_ для поездки в командировку

Причина 1 \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Причина 2 \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Причина 3 \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

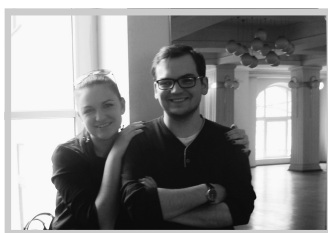
\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**ВЫПОЛНИТЕ** тестовое задание. Отметьте один вариант ответа.

- |  |  |
|--|--|
| <p>1. Такая психологическая причина принятия конфликтогенных решений как низкое качество обоснования управленческого решения - это</p> <p>А) волюнтаризм</p> <p>Б) информационный минимализм</p> <p>В) технократизм</p>                              | <p>4. Руководители разных уровней все еще плохо понимают, что, не поставив в процессе управленческого решения в центр человека, трудно достичь высоких целей - это сущность такой психологической причины конфликтогенных решений как</p> <p>А) волюнтаризм</p> <p>Б) информационный минимализм</p> <p>В) технократизм</p> |
| <p>2. Люди практически превратились в источник полущения прибыли и в электорат - это сущность такой психологической причины конфликтогенных решений как</p> <p>А) волюнтаризм</p> <p>Б) информационный минимализм</p> <p>В) технократизм</p>         | <p>5. Руководитель не учитывает мнения тех, кто работает вместе с ним - это сущность такой психологической причины конфликтогенных решений как</p> <p>А) волюнтаризм</p> <p>Б) информационный минимализм</p> <p>В) технократизм</p>  |
| <p>3. Руководитель абсолютизирует правильность собственных подходов к решению проблемы - это сущность такой психологической причины конфликтогенных решений как</p> <p>А) волюнтаризм</p> <p>Б) информационный минимализм</p> <p>В) технократизм</p> |  |

#### ЧАСТЬ 4 «Эмоция и оценка»



*Надежда, Евгений*  
Студенты группы  
«Связи с общественностью»

**ВПИШИТЕ** в столбик № 2 ассоциации, которые возникают у Вас с двумя группами студентов, имеющими проф. мотив «Ездить в служебные командировки» в состоянии баланса и дисбаланса.

**ПЕРЕПИШИТЕ** в столбик № 1 те ассоциации, которые Вы выразили вначале занятия.

Столбик № 1	Столбик № 2
Баланс _____	Баланс _____
Дисбаланс _____	Дисбаланс _____

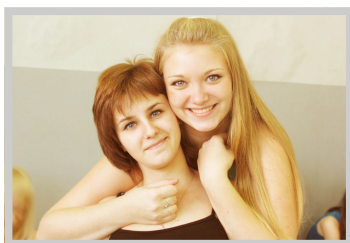
**СРАВНИТЕ** ассоциации:

1. Поменялись ли Ваши ассоциации? \_\_\_\_\_
2. Если поменялись, то охарактеризуйте изменения: положительные, отрицательные, нейтральные.

## ТЕМА 15. ГРАНИЦЫ МИРОВОСПРИЯТИЯ И ПРОФИЛАКТИКА СТРЕССА

**Мотив № 15** Работать самостоятельно и в подчинении

### ЧАСТЬ 1 «Эмоция и оценка»



**Юлия, Дарья**  
Студенты группы  
«Связи с общественностью»

**ВПИШИТЕ** в пустую строчку (1) результаты исследования проф. мотива в Вашей учебной группе (если такое исследование не проводилось, посмотрите результаты исследования другой учебной группы в приложении 1).

**ВПИШИТЕ** в пустую строчку (2) ассоциации, которые возникают у Вас с двумя группами студентов, имеющими проф. мотив в состоянии баланса и дисбаланса.

У (1) \_\_ студентов этот мотив будущей проф. деятельности находится в балансном состоянии  
(2) \_\_\_\_\_

У (1) \_\_ студентов этот мотив будущей проф. деятельности находится в дисбалансном состоянии  
(2) \_\_\_\_\_

**ПОДЧЕРКНИТЕ** характер Ваших ассоциаций: позитивные, негативные, нейтральные.

**ОТВЕТЬТЕ** на вопрос: как Вы думаете, с чем связаны указанные результаты исследования проф. мотива у студентов? \_\_\_\_\_

### ЧАСТЬ 2 «Информация»



**ПОСМОТРИТЕ** на рейтинговое место уровня испытываемого стресса специалиста по связям с общественностью, которое определено с помощью опроса, проведенного Исследовательским центром портала careercast.com.



**1. Военнослужащие** (уровень стресса 84,72)

**2. Высшие военные чины**

**3. Пожарные** (уровень стресса 60,45)

**4. Пилоты** (уровень стресса 60,28)

**5. Специалисты по связям с общественностью/PR** (уровень стресса 48,52) находятся в состоянии постоянного напряжения: думать и действовать им часто приходится одновременно. Кроме того, профессия PR-специалиста связана с публичностью, а постоянно быть у всех на виду непросто даже для классического экстраверта. Еще один фактор стресса – высокий уровень конкуренции, поскольку работа в сфере PR привлекает все больше молодых специалистов.

**6. Топ-менеджеры** (уровень стресса 47,46)

**7. Фотожурналисты**

**8. Журналисты** (46,75)

**9. Таксисты** (уровень стресса 46,18)

**10. Полицейские** (уровень стресса 45,60)



**ИЗУЧИТЕ** определение стресса и его некоторые признаки. Стресс - это психофизиологическое состояние человека, возникающее в экстремальных для него ситуациях. Различают физиологический и психологический (информационный и эмоциональный) стресс. Другими словами стресс – это реакция человека на трудную для него ситуацию (трудность – понятие субъективное).

### Признаки стресса

-----	-----	-----	-----
1. Сжимание челюстей, скрипение зубами 2. Тошнота и головокружение 3. Холодные или потные руки, ноги	1. Проблемы с запоминанием новой информации 2. Проблемы с концентрацией внимания 3. Пессимизм	1. Излишки в еде или недоедание 2. Употребление алкоголя, курение, наркотики 3. Проблемы с общением	1. Капризность 2. Раздражительность или вспыльчивость 3. Чрезмерная реакция на маленькие неприятности

**ВПИШИТЕ** в первую строку таблицы названия групп:

- эмоциональные признаки стресса
- поведенческие признаки стресса
- когнитивные признаки стресса
- физиологические признаки стресса



**Ольга Шамарина**  
Ген. директор  
«СВО Мебель»



**ОБЪЯСНИТЕ** вывод, который в результате управленческой деятельности сделала О. Шамарина: *«Бывают ситуации, когда уменьшение стресса для руководителя может стать причиной увеличения стресса для подчиненных. Чтобы этого избежать, следует заранее оповестить сотрудников об изменениях, которые вы собираетесь ввести, вовлечь коллектив в процесс реализации новшеств».*

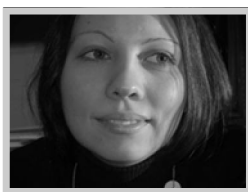
**ИЗУЧИТЕ** типичные причины стресса у специалиста, который работает самостоятельно и в подчинении.

Самостоятельная работа

Обычно сталкивается с множеством проектов одновременно, сжатыми сроками, а иногда приходится иметь дело с довольно сложными клиентами.

Работа в подчинении

Необходимость постоянного согласования своей деятельности (договоров, платежей, проектов) с руководством; именно внутренние коммуникации отнимают больше всего сил



**Марина Лукьянцева**  
Координатор  
по PR и маркетингу  
компаний Morgan Hunt



morgan hunt

**ОБРАТИТЕ** внимание на причины стресса, о которых также говорят специалисты в области рекламы и связей с общественностью.

Марина Лукьянцева: *«Отдельная «любимая» тема - дэдлайны. Пиарщику приходится с этим жить и работать. Сверхурочные, стресс - это все «прелести» профессии, но они сполна компенсируются тем драйвом, который возникает в процессе работы над проектом, удачно проведенным мероприятием, и все недосыпы и нервозность вмиг забываются. Я бы сказала, что пиарщики даже «подсаживаются» на работу в сжатые сроки и начинают испытывать беспокойство, когда наступает затишье».*

Татьяна Спиридонова (в 2009 г. координатор деловой программы Международного фестиваля технологий продвижения и рекламы ProMediaTech): *«Подготовка мероприятий международного масштаба - всегда маленькое испытание и большой стресс. Главное все делать последовательно, и не поддаваться панике. Объем работы очень большой, поэтому необходимо правильно распределить задачи и степень ответственности между участниками процесса».*



**ОТВЕТЬТЕ** на вопрос: возникают ли причины стресса, указанные М. Лукьянцевой и Т. Спиридоновой, только у сотрудника, работающего в подчинении или только у сотрудника, работающего самостоятельно.

**ПЕРЕПИШИТЕ** рассмотренные причины стресса у специалиста по связям с общественностью в один столбик, вне зависимости работает ли он самостоятельно или трудится в подчинении.

-----  
-----  
-----  
-----  
-----

**ИЗУЧИТЕ** границы мировосприятия, расширение которых позволит осуществить профилактику стресса

1. **Пространственные** границы мировосприятия. Человек может ограничивать свое мировосприятие пространственными рамками. Нужно представлять свою жизнь в пределах не только своей семьи, друзей, приятеля, но и в масштабах города, страны, мира и вселенной. Чем более образован, масштабен человек, тем шире границы того бытия, в котором он оценивает свое место и роль.

2. **Временные** границы мировосприятия. Расширять временные границы мировосприятия необходимо не только путем знания прошлого, но и прогнозирования будущего. Есть люди которые живут одним днем, у других глубина прогноза составляет неделю, у третьих - месяц, у четвертых - год, у пятых - десять лет, у шестых - прогнозируется вся своя жизнь. Если человек живет в границах сегодняшнего дня, то частота и интенсивность стресса у него выше.

3. **Вероятностные** границы мировосприятия. Определяются масштабами разнообразия явлений, процессов, событий, с которыми, как предполагает человек, он может столкнуться в своей жизни. Чем шире вероятностные границы мировосприятия человека, чем больше он видел, знает, допускает, тем реже он попадает в стресс, так как он психологически готов к практически любому варианту развития событий.

4. **Содержательные** границы мировосприятия. Определяются глубиной проникновения в суть вещей. Глубина понимания человеком того, что происходит с ним, его семьей, экономикой, нацией, страной, человечеством, оказывает существенное влияние на стресс и конфликты.

**ОТМЕТЬТЕ** виды границ мировосприятия, которые отражены в высказываниях М. Лукьянцевой и Т. Спиридоновой.

М. Лукьянцева

Т. Спиридонова

-----	-----
-----	-----
-----	-----
-----	-----

**ВЫРАЗИТЕ** обоснованное согласие/несогласие с утверждением: границы мировосприятия гораздо шире у специалиста по связям с общественностью, который работает самостоятельно, а не в подчинении \_\_\_\_\_

-----
-----
-----

### **ЧАСТЬ 3 «Решение»**

**ПРОЧИТАЙТЕ** условие задачи № 1: Вам приходится работать в подчинении, а не самостоятельно; вероятнее всего Вы попадете в стрессовую ситуацию.

**РАСШИРЬТЕ** теперь границы своего мировосприятия с целью профилактики стресса:

1. Какие признаки стресса у Вас могут быть зафиксированы \_\_\_\_\_

-----
-----
-----

2. Расширьте пространственные границы мировосприятия \_\_\_\_\_

-----
-----

3. Расширьте временные границы мировосприятия \_\_\_\_\_

-----
-----

4. Расширьте вероятностные границы мировосприятия \_\_\_\_\_

-----
-----

5. Расширьте содержательные границы мировосприятия \_\_\_\_\_

-----
-----

**ПРОЧИТАЙТЕ** условие задачи № 2: Вам приходится работать самостоятельно, а не в подчинении; вероятнее всего Вы попадете в стрессовую ситуацию.

**РАСШИРЬТЕ** теперь границы своего мировосприятия с целью профилактики стресса:

1. Какие признаки стресса у Вас могут быть зафиксированы \_\_\_\_\_

-----
-----
-----

2. Расширьте пространственные границы мировосприятия \_\_\_\_\_

-----
-----



3. Расширьте временные границы мировосприятия \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

4. Расширьте вероятностные границы мировосприятия \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

5. Расширьте содержательные границы мировосприятия \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**ПОМОГИТЕ** специалисту по связям с общественностью, которые обратился на одном из форумов к коллегам, преодолеть стрессовую ситуацию и научиться осуществлять расширение границ мировосприятия с целью профилактики стресса.

*«Коллеги, добрый день! Может быть среди вас есть кто-то с юридическим образованием, или кто-то сталкивался с подобной ситуацией... А ситуация такова. Года три назад, когда я покидала свою предыдущую компанию (работала менеджером по маркетингу, отвечая и за PR в том числе), у меня при уходе был конфликт с руководством из-за того, что я пыталась доказать, что все контакты (база данных/Press List) являются моими личными. Я расценивала и расцениваю это именно так: я их находила, развивала, поддерживала. Руководитель настаивал на том, что все то, что наработано ВО ВРЕМЯ РАБОТЫ В ДАННОЙ КОМПАНИИ является собственностью этой компании. Я пришла в новую компанию и узнала, что предыдущий специалист вместо базы данных оставил ...на 70% филькину грамоту (старые неактуальные контакты). Но это меня не заботило - у меня были свои наработанные контакты в СМИ на этом же рынке. В ближайшее время я планирую менять работу. И знаю, что меня настоятельно ПОПРОСЯТ оставить свою БД. Чего делать я, естественно не собираюсь. Хотя бы потому, что я планирую остаться на этом же рынке, и конкуренты мне не нужны. Да и компании этой я ничем не обязана. Ныне существующую БД я расцениваю как личную - я принесла ее с собой с предыдущей работы, и продолжила увеличивать на этой. Вопрос: с юридической точки зрения кому принадлежит данная информация (в трудовом договоре и иных документах ее наличие и статус никак не подтверждены, с рабочего компа я ее давно удалила)? Как решаются подобные вопросы м/д работником и работодателем? У кого какой опыт был?»*

1. Какие признаки стресса зафиксированы у специалиста? \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

2. Помогите расширить пространственные границы мировосприятия \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

3. Помогите расширить временные границы мировосприятия \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

4. Помогите расширить вероятностные границы мировосприятия \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

5. Помогите расширить содержательные границы мировосприятия \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**ОТВЕТЬТЕ** на вопрос: может ли специалист по связям с общественностью, который поделился этой историей, работать и самостоятельно и в подчинении?

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**ВЫПОЛНИТЕ** тестовое задание. Отметьте один вариант ответа.

1. Модель подготовки оптимального управленческого решения, в которой определяются причины, под влиянием которых объект находится в таком состоянии называется  
А) информационная  
Б) объяснительная  
В) прогностическая
2. В ходе подготовки оптимального управленческого решения модель целей строится  
А) перед информационной моделью  
Б) после прогностической модели  
В) перед объяснительной моделью
3. В ходе подготовки оптимального управленческого решения выбор средств и времени характеризует  
А) принятие технологического управленческого решения  
Б) претворение решения в жизнь  
В) построение объяснительной модели
4. При подготовке оптимального управленческого решения необходимо учитывать такие способы оценки как  
А) идеал, норму, цель, другие, начало  
Б) идея, мнение экспертов, вознаграждение  
В) темперамент, характер, уровень тревожности
5. В ходе подготовки к принятию управленческого решения этап продолжения или прекращения деятельности  
А) следует после обобщения полученного опыта  
Б) следует перед обобщением полученного опыта  
В) должен следовать совместно с объяснительной моделью

#### **ЧАСТЬ 4 «Эмоция и оценка»**



*Алёна*  
Студент группы  
«Связи с общественностью»

**ВПИШИТЕ** в столбик № 2 ассоциации, которые возникают у Вас с двумя группами студентов, имеющими проф. мотив «Работать самостоятельно и в подчинении» в состоянии баланса и дисбаланса.

Столбик № 1

Столбик № 2

Баланс \_\_\_\_\_

Баланс \_\_\_\_\_

Дисбаланс \_\_\_\_\_

Дисбаланс \_\_\_\_\_

**ПЕРЕПИШИТЕ** в столбик № 1 те ассоциации, которые Вы выразили в начале занятия.

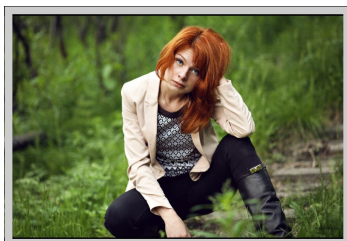
**СРАВНИТЕ** ассоциации:

1. Поменялись ли Ваши ассоциации? \_\_\_\_\_
2. Если поменялись, то охарактеризуйте изменения: положительные, отрицательные, нейтральные.

### **ТЕМА 16. МЕДИАТОРСТВО И РЕГУЛИРОВАНИЕ КОНФЛИКТА**

**Мотив № 16** Работать в соответствии с дипломом об образовании

#### **ЧАСТЬ 1 «Эмоция и оценка»**



*Юлиана*  
Студент группы  
«Связи с общественностью»

**ВПИШИТЕ** в пустую строчку (1) результаты исследования проф. мотива в Вашей учебной группе (если такое исследование не проводилось, посмотрите результаты исследования другой учебной группы в приложении 1).

**ВПИШИТЕ** в пустую строчку (2) ассоциации, которые возникают у Вас с двумя группами студентов, имеющими проф. мотив в состоянии баланса и дисбаланса.

У (1) \_\_ студентов этот мотив будущей проф. деятельности находится в балансном состоянии

У (1) \_\_ студентов этот мотив будущей проф. деятельности находится в дисбалансном состоянии

**ПОДЧЕРКНИТЕ** характер Ваших ассоциаций: позитивные, негативные, нейтральные.

**ОТВЕТИТЕ** на вопрос: как Вы думаете, с чем связаны указанные результаты исследования проф. мотива у студентов? \_\_\_\_\_

## ЧАСТЬ 2 «Информация»

# PR.Director

business communications

**ИЗУЧИТЕ** результаты исследования, которое организовало Коммуникационное агентство PR Director. Из 178 опрошенных практиков PR 28% заявили, что у них нет специального образования, и особой надобности в нем участники опроса не видят. Только 60% участников опроса получали высшее профессиональное образование в области связей с общественностью. 10% закончили спецкурс (менее года) и 8% посещали тренинги и семинары по PR.

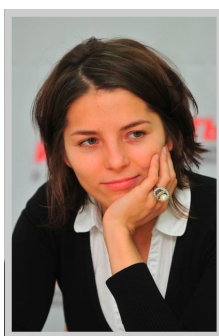
**ПРОКОММЕНТИРУЙТЕ** представленные результаты опроса, проведенного коммуникационным агентством

-----

-----

-----

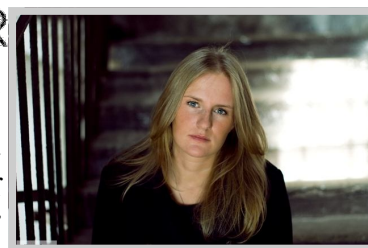
**ПОЗНАКОМЬТЕСЬ** с мнениями двух специалистов по связям с общественностью.



**Александра Рогач**  
PR-менеджер,  
практик

А. Рогач: «В нашей стране существует проблема у PR и теми людьми, кому он нужен. Например, в шоу-бизнесе, с которым я работаю, в первую очередь сами артисты не понимают, что такое PR. В их понимании это сделать сумасшедший текст и разослать его по базе СМИ. Причем тексты делаются такие, за которые просто стыдно. И ни о каких стратегиях, будущем, долгосрочных результатах никто не задумывается. И мне стыдно за профессию, так как под текстом подписывается человек, который называет себя PR-менеджером. Когда я начала сталкиваться с этим каждый день, я поняла, что подписываться под этим не хочу. Я поняла, что если я хочу называться PR-специалистом, то в первую очередь я должна получить образование. Сейчас я являюсь студентом».

## САРАФАН PR



**Анастасия Гамаионова**  
Создатель пиар-агентства Sarafun PR

А. Гамаионова: «Мы стремимся, чтобы нас ассоциировали в первую очередь с культурными мероприятиями, но заниматься можем всем. Клиенты всегда находят нас по рекомендациям общих знакомых или бывших заказчиков. У нас есть портфолио, желание, идеи. К тому же Петербург — маленький город, где крайне важны рекомендации. Не беспокойтесь из-за отсутствия профильного образования. Пиарщику не нужно образование. Пиар — структура, которая быстро меняется, базовых знаний у профессии нет. Это же не наука. В институте я получила общее гуманитарное образование. Я даже философию могу преподавать. То есть я, конечно, прочитала «Илиаду», которую могла никогда не прочитать, но мне не дали никаких профессиональных навыков. И то, что пишут в книгах про поля и отступы в пресс-релизах, — это красивая сказка».

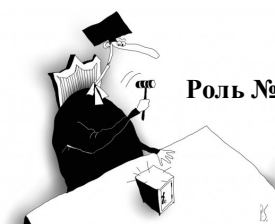
**ОТВЕТЬТЕ** на вопросы:

1. Мнение какого специалиста наиболее близко Вам? \_\_\_\_\_
2. Необходимы ли специалисту по связям с общественностью специальные знания в ходе урегулирования конфликта или он может обойтись общегуманитарным знанием? \_\_\_\_\_

**РАССМОТРИТЕ** определение.

Урегулирование конфликта – это процесс устранения противоречия между оппонентами, где принимает участие третья сторона.

**ИЗУЧИТЕ** 5 ролей медиатора, которые может играть PR-специалист в процессе урегулировании конфликтов.



**Роль № 1. Третьейский судья**

Авторитарная роль. Изучает проблему, заслушивает стороны и выносит вердикт, который не оспаривается.



**Роль № 2. Арбитр**

Изучает конфликт, обсуждает его с участниками, выносит решение. Стороны могут не согласиться с решением и обжаловать его в вышестоящих инстанциях.



**Роль № 3. Посредник**

Нейтральная роль. Обладает спец. знаниями, обеспечивает конструктивное обсуждение проблемы. Окончательное решение остаётся за оппонентами.



**Роль № 4. Помощник**

В урегулировании конфликта участвует с целью совершенствования процесса обсуждения проблемы, организации встреч, переговоров, не вмешиваясь в полемику по поводу содержания проблемы и принятия окончательного решения.



**Роль № 5. Наблюдатель**

Своим присутствием в зоне конфликта сдерживает стороны от нарушения ранее достигнутых договоренностей или от взаимной агрессии. Присутствие наблюдателя создает условия для решения спорных вопросов путем переговоров

**УКАЖИТЕ** в столбце 1 роли, для выполнения которых специалисту по связям с общественностью необходимы знания, полученные в ходе обучения профессии в вузе и в столбце 2 укажите роли, для выполнения которых достаточно общегуманитарных знаний.

Столбец 1	Столбец 2
-----	-----
-----	-----
-----	-----
-----	-----
-----	-----

**ОТВЕТИТЕ** на вопрос: какую роль в ходе урегулирования возможного конфликта Вы могли бы предложить двум специалистам?

Роль (и) медиатора для Александры Рогач	Роль (и) медиатора для Анастасии Гамаюновой
-----	-----
-----	-----
-----	-----
-----	-----
-----	-----

### **ЧАСТЬ 3 «Решение»**

**ИЗУЧИТЕ** профессиональную задачу.

Очистка от жвачки обошлась в 9 тысяч фунтов бюджету города Лондона. По приблизительным оценкам, во всей Британии на эти цели было истрачено 150 миллионов. Предложите мероприятие по организации действий населения, направленных на очистку города от жвачки.

**ВЫБЕРИТЕ** роль медиатора, которую Вы будете играть в ходе урегулирования конфликта, возникшего между администрацией города и населением Лондона.

В этом конфликте как специалист по связям с общественностью я буду играть роль -----

**ПЕРЕЧИСЛИТЕ** каналы коммуникации, которые Вы будете использовать в ходе урегулирования конфликта.

-----  
 -----  
 -----  
 -----

**ВЫПИШИТЕ** главный канал коммуникации, который будет для Вас ведущим в ходе урегулирования конфликта, возникшего из-за загрязнения города жвачкой. -----

**УКАЖИТЕ** еще раз название роли медиатора и канал коммуникации, которые будут использоваться Вами в ходе урегулирования конфликта в г. Лондоне.

-----  
Роль медиатора

-----  
Канал коммуникации

**РАЗРАБОТАЙТЕ** мероприятие, реализация которого должна состояться с использованием выбранного канала коммуникации и выбранной роли медиатора.

-----  
-----  
-----  
-----  
-----  
-----  
-----  
-----  
-----  
-----  
-----  
-----

**УКАЖИТЕ**, в разработанном мероприятии, профессиональные знания, которые Вы получили обучаясь в вузе профессии специалиста по связям с общественностью.

-----  
-----  
-----  
-----  
-----

**ИЗУЧИТЕ** опыт специалистов по связям с общественностью г. Лондона, которые предложили свой способ урегулирования сложившегося конфликта.



Постеры с портретами поп-идолов и телеперсонажей скоро появятся на улицах района Эктон в западной части города, входящего в муниципальный округ Илинг. На каждом из них разместится по 12 знакомых всем лиц, и прохожий сможет отметить жвачкой самое «любимое». Новая народная забава уже пользуется большим успехом в Лутоне и Борнмуте. Для властей же смысл состоит в том, что грязные постеры можно легко выбросить и заменить новыми, а оттирать жвачку с тротуаров и прочих мест трудно и дорого.

**ОТВЕТЬТЕ** на вопросы:

1. Какой канал коммуникации использовали специалисты по связям с общественностью г. Лондона? -----
2. Какую роль медиатора выбрали специалисты по связям с общественностью г. Лондона? -----
3. Попал ли тот канал коммуникации, который предложили специалисты по связям с общественностью г. Лондона в список каналов коммуникации, которые Вы указали в общем списке? -----
4. Совпала ли роль медиатора, выбранная Вами с той ролью которую выбрали специалисты по PR г. Лондона? -----
5. Нужны ли Вам знания, полученные в ходе обучения в вузе или в подобных ситуациях урегулирования конфликта, можно работать без соответствующего диплома об образовании? -----

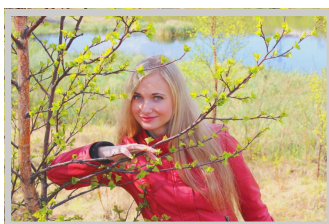
-----  
-----  
-----  
-----  
-----



**ВЫПОЛНИТЕ** тестовое задание. Отметьте один вариант ответа.

1. Изучает проблему, заслушивает стороны и выносит вердикт, который не оспаривается  
А) третейский судья  
Б) арбитр  
В) наблюдатель
2. Изучает конфликт, обсуждает его с участниками, выносит окончательное решение. Стороны могут не согласиться с решением и обжаловать его в вышестоящих инстанциях  
А) посредник  
Б) арбитр  
В) наблюдатель
3. Своим присутствием в зоне конфликта сдерживает стороны от нарушения ранее достигнутых договоренностей или от взаимной агрессии. Присутствие создает условия для решения спорных вопросов путем переговоров  
А) помощник  
Б) наблюдатель  
В) посредник
4. В урегулировании конфликта участвует с целью совершенствования процесса обсуждения проблемы, организации встреч, переговоров, не вмешиваясь в полемику по поводу содержания проблемы и принятия окончательного решения  
А) помощник  
Б) наблюдатель  
В) посредник
5. Обладает спец. знаниями, обеспечивает конструктивное обсуждение проблемы. Окончательное решение остаётся за оппонентами  
А) посредник  
Б) арбитр  
В третейский судья

#### **ЧАСТЬ 4 «Эмоция и оценка»**



**Юлия Ефремова**  
Студент группы  
«Связи с общественностью»

**ВПИШИТЕ** в столбик № 2 ассоциации, которые возникают у Вас с двумя группами студентов, имеющими проф. мотив «Работать в соответствии с дипломом об образовании» в состоянии баланса и дисбаланса.

Столбик № 1

Столбик № 2

Баланс \_\_\_\_\_

Баланс \_\_\_\_\_

Дисбаланс \_\_\_\_\_

Дисбаланс \_\_\_\_\_

занятия.

**СРАВНИТЕ** ассоциации:

1. Поменялись ли Ваши ассоциации? \_\_\_\_\_
2. Если поменялись, то охарактеризуйте изменения: положительные, отрицательные, нейтральные.

## СПИСОК ИСТОЧНИКОВ ИНФОРМАЦИИ ДЛЯ ПОДГОТОВКИ К ЗАНЯТИЯМ

**Основная литература:** Анцупов А.Я., Шипилов А.И. Конфликтология: учебник для вузов. – 2-е изд., перераб. доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2002. – 591 с.

### Тема 1. Природа внутриличностных конфликтов

#### Тексты для занятия

1. Коляда Е.Ю. <http://corpmedia.ru/akmr/pravlenie/kolyada/>
2. Коляда Е.Ю. Влияние имиджа компании на привлечение инвестиций <http://www.cfin.ru27.06.2002>
3. Песков Дмитрий - заместитель руководителя администрации - пресс-секретарь президента Российской Федерации <http://lenta.ru/lib/14168626/>
4. Азиатско-Тихоокеанское экономическое сотрудничество <http://apec.primorsky.ru/>
5. Лукашенко не сдаётся: для борьбы с Путиным вызваны британские специалисты <http://newzz.in.ua/mir/1148847428-lukashenko-ne-sdaetsya-dlya-borby-s-putinym-vyzvany-britanskie-specialisty.html> 25 июля 2010. - 13:07.
6. Британские звезды прокричали «Жыве Беларусь!» <http://www.newspeak.by/news.php?id=896> 29.03. 2011. - 13:27.

#### Фотографии и картинки

7. Коляда Е.Ю. <http://luchnik.ru/expert/2012/>
8. Логотип АКМР <http://corpmedia.ru/akmr/pravlenie/kolyada/>
9. Песков Д.С. <http://www.kp.ru/f/12/image/65/42/3464265.jpg>
10. Логотип АТЭС <http://img.beta.rian.ru/images/48459/54/484595415.jpg>
11. Рисунок для иллюстрации мотивов [http://download.ultradownloads.com.br/wallpaper/276232\\_Papel-de-Paredede-Meme-So-Cute\\_800x600.jpg](http://download.ultradownloads.com.br/wallpaper/276232_Papel-de-Paredede-Meme-So-Cute_800x600.jpg)
12. Рисунок для иллюстрации ценностей <http://clubfkg.files.wordpress.com/2008/10/6772230f48b6f7fb47bd9a32c1ddb2f1.jpg>
13. Рисунок для иллюстрации самооценки [http://cs5315.userapi.com/u35526900/131425430/x\\_35b7b710.jpg](http://cs5315.userapi.com/u35526900/131425430/x_35b7b710.jpg)
14. Лукашенко А.Г. [http://img.tyt.by/n/prezident/04/0/lukashenko\\_23122011\\_1.jpg](http://img.tyt.by/n/prezident/04/0/lukashenko_23122011_1.jpg)
15. Заико Л.Ф. <http://a-h.by/uploads/%D0%97%D0%B0%D0%B8%D0%BA%D0%BE.jpg>
16. Лорд Чадлингтон [http://i.dailymail.co.uk/i/pix/2011/11/24/article-2065053-0EE9864500000578-962\\_306x423](http://i.dailymail.co.uk/i/pix/2011/11/24/article-2065053-0EE9864500000578-962_306x423)
17. Логотип компании <http://www.grayling.com/PublicRelations/>

### Тема 2. Предупреждение внутриличностных конфликтов

#### Тексты для занятия

18. Лукин Д. Три проблемы PR или безумие жрецов <http://www.pronline.ru>
19. Как работают чёрные пиарщики 06.01.2010 <http://www.oboz.byarticles>
20. Денисова Д. Любить по-пиаровски // Эксперт. - 12.10.2005 <http://www.advertology.ru>  
<http://az-libr.ru/index.shtml?Persons&C8N/427b7a90/index>

#### Фотографии и картинки

21. Михайлова О. <http://re-port.ru/interviews/75389/>
22. Глория Джинс [http://www.moda.ru/files/user/00/04/44/content/15025/800x800x85\\_a4b7acf953a73a7403c0de6f5\\_d3fdbdc.jpg](http://www.moda.ru/files/user/00/04/44/content/15025/800x800x85_a4b7acf953a73a7403c0de6f5_d3fdbdc.jpg)

### Тема 3. Причины и предупреждение супружеских конфликтов

#### Тексты для занятия

23. Борисов В.А. [http://artimage.ru/prepodavateli/borisov\\_vasiliy/](http://artimage.ru/prepodavateli/borisov_vasiliy/)
24. Коммуникационное агентство ИМКОН Есть ли у пиарщика личная жизнь? - 11.05.2010, 10:30 <http://www.imkon-media.ru/Blogs/286329102>
25. Владыкина Т., Лебедева Н., Разбракoванные // Российская газета. - Федеральный выпуск №5085 (6) от 15.01.2010 <http://www.rg.ru>
26. Статистика браков и разводов в России за 2000-2009 гг. 07.03.2010 <http://www.svadba-online.ru/>
27. Андреева Т.В. Факторы, способствующие разводу <http://psyarticles.ru>  
сокращено по. Померанцева Н. Из моей жены получился бы политик 10.08 2010 12:14 <http://www.forbes.ru>

#### Фотографии и картинки

28. Мужчина, верёвка, женщина <http://happyteens.gl.uz/uploads/company2180/pages/13474371154906.jpg>
29. Сердце <http://www.comparestoreprices.co.uk/images/pe/personalised-split-heart-necklaces.jpg>

30. Логотип коммуникационного агентства ИМКОН медиа <http://www.imkon-media.ru/Blogs/286329102>
31. Hard work [http://apperture.ru/images/znachok\\_tjazhelaja\\_rabota.jpg](http://apperture.ru/images/znachok_tjazhelaja_rabota.jpg)
32. Statistics [http://millennialmarketing.com/wp-content/uploads/2012/07/internet-statistics\\_1.jpg](http://millennialmarketing.com/wp-content/uploads/2012/07/internet-statistics_1.jpg)
33. Борисов В.А. [http://artimage.ru/prepodavateli/borisov\\_vasilyi/](http://artimage.ru/prepodavateli/borisov_vasilyi/)
34. В. Борисов и М. Максимовская [http://hochu.ua/thumbnails/articles/cropg\\_620x400/27252\\_25366.jpg](http://hochu.ua/thumbnails/articles/cropg_620x400/27252_25366.jpg)
35. Логотип РЕН ТВ <http://ivan.myl.ru/tv/img/logo/42.jpg>
36. Логотип ВЕСТИ ВГТРК <http://www.profsro.ru/images/stories/vesti.jpg>

#### **Тема 4. Предупреждение конфликтов между руководителем и подчинённым**

##### **Тексты для занятия**

37. Почему нынче «пиар»? Точнее – пиарщик 12.09.2006 <http://dengi.ua/clauses/>
38. Почему нынче «пиар»? Точнее – пиарщик 12.09.2006 <http://dengi.ua/clauses>
39. Беккер В. Десять ошибок, которые делают руководители при работе с пиарщиками// На стол руководителю. - 13.12.2006 [www.merm.ru](http://www.merm.ru)
40. Романов И.В. [http://www.prostobiz.ua/biznes/upravlenie\\_biznesom/stati/sobstvennik\\_i\\_komanda\\_sposoby\\_vzaimodeystviya](http://www.prostobiz.ua/biznes/upravlenie_biznesom/stati/sobstvennik_i_komanda_sposoby_vzaimodeystviya)

##### **Фотографии и картинки**

41. Смоленская У. <http://73online.ru/uploads/smolskaya.jpg>
42. Логотип компании Евросеть [http://www.spr.ru/pages\\_logotip/23521/1181.jpg](http://www.spr.ru/pages_logotip/23521/1181.jpg)
43. Голубь [http://img0.liveinternet.ru/images/attach/c/0/42/578/42578077\\_42357410\\_173ca925f979.gif](http://img0.liveinternet.ru/images/attach/c/0/42/578/42578077_42357410_173ca925f979.gif)
44. Контур человеческого облика [http://cs10397.vkontakte.ru/u37010397/147443763/y\\_3d58b189.jpg](http://cs10397.vkontakte.ru/u37010397/147443763/y_3d58b189.jpg)
45. Романов И.В. <http://www.expert-ural.com/25-0-832/>

#### **Тема 5. Конфликты между учениками в школе**

##### **Тексты для занятия**

46. Пуленепробиваемая школьная доска как спасение от агрессивных учеников <http://www.grani.lv/world/32354-puleneprobivaemaya-shkolnaya-doska-kak-spasenie-ot-agressivnyh-uchenikov.html> 03.01.2013, 09:41
47. Агентство осуществляет PR-поддержку Всероссийского конкурса «Директор школы – 2010» <http://www.tsgmm.ru> 01.12.09
48. Ключко П. PR в школе?! [http://professional.ru/Soobschestva/direktor\\_shkoly/pr\\_v\\_shkole/](http://professional.ru/Soobschestva/direktor_shkoly/pr_v_shkole/) / #thread1808598927.10.09 12:28
49. Ток-шоу «Коммуникационная агрессия в мире детства» [http://www.raso.ru/conferences/conference\\_258.html](http://www.raso.ru/conferences/conference_258.html). - 26.09.12

##### **Фотографии и картинки**

50. Пуленепробиваемая доска [http://drunov.ru/news/klassnaya\\_puleneprobivaemaya\\_doska/](http://drunov.ru/news/klassnaya_puleneprobivaemaya_doska/)
51. Логотип агентства ГРАНИ.ЛВ <http://www.grani.lv/>
52. Девочка с косой [http://image.tsn.ua/media/images2/original/Dec2008/800bdb9c90\\_102155.jpg](http://image.tsn.ua/media/images2/original/Dec2008/800bdb9c90_102155.jpg)
53. Усанова А.В. <http://webby.ru/usanova>
54. Логотип агентства «Техностар Медиа Менеджмент» <http://www.tsgmm.ru/practice.html>
58. Ульяновский О. <http://roem.ru/upload/main/a95/oficial.jpg>
59. Логотип сайта <http://www.tvidi.ru/>

#### **Тема 6. Регулирование инновационных конфликтов**

##### **Тексты для занятия**

60. «Пиарщик» бродит по Европе и США <http://pelevin.su/localnews.php?n=935>
61. Денисов Д. Через новое — к звездам. - 20.02.2006 <http://www.4p.ru>
62. Гладских Е. Майкл Виллард: «Рекламодатель уже не хочет платить 150 тысяч долларов за ролик» [http://www.prostobiz.ua/biznes/upravlenie\\_biznesom/intervyu/](http://www.prostobiz.ua/biznes/upravlenie_biznesom/intervyu/)
63. Чеботарёв А. Отчет о фестивале Ремаркетинг-2012 <http://www.optimization.com.ua/reports/festival-remarketing-2012.html> 5.06.2012
64. Post My Pillow <http://onegadget.ru/og/10372>
65. PillowTalk <http://www.novate.ru/blogs/081010/15729/>

##### **Фотографии и картинки**

66. Лапин Н.И. [http://www.hse.ru/data/2011/05/20/1213882499/20110410-\\_7008389.jpg](http://www.hse.ru/data/2011/05/20/1213882499/20110410-_7008389.jpg)
67. Человек с восклицательным знаком [http://www.r51.nalog.ru/images/r51/8573706\\_1310038580.jpg](http://www.r51.nalog.ru/images/r51/8573706_1310038580.jpg)
68. Виллард Дж. М. <http://horoshienovosti.com.ua/images/slon/7636292864a13965a470e6.jpg>
69. Виллард Дж. М. Пиарщик [http://static.ozone.ru/multimedia/books\\_covers/1000155353.jpg](http://static.ozone.ru/multimedia/books_covers/1000155353.jpg)

70. Логотип The Willard Group <http://www.adme.ru/majkl-villard/>
71. Карточный домик [http://stvnews.ru/files/0\\_16573\\_e4744cf4\\_XL.jpg](http://stvnews.ru/files/0_16573_e4744cf4_XL.jpg)
72. Post My Pillow <http://onegadget.ru/og/10372>
73. PillowTalk <http://www.novate.ru/blogs/081010/15729/>

## **Тема 7. Механизмы возникновения межгрупповых конфликтов**

### **Тексты для занятия**

74. Онлайн-конференция Наталии Мандровой "Зачем PR-специалисту профессиональные объединения?" <http://www.raso.ru/conferences/conference248.html> 05.07.2012
75. Онлайн-конференция Андрея Петровича Баранникова «X Конференция TheBaltic PR Weekend» <http://www.raso.ru/conferences/conference161.html> 02.09.2010
76. Задлые партнеры <http://www.soob.ru/n/2000/10/s/21>

### **Фотографии и картинки**

77. Мандрова Н. <http://www.primum.ru/team/>
78. Логотип компании «Primum» <http://www.primum.ru/team/>
79. Логотипфорума «TheBalticPRWeekend» <http://www.bprw.com/ru/about>
80. ЛоготипкомпанииOgilvy [http://img1.findthebest.com/sites/default/files/396/media/images/Ogilvy\\_Public\\_Relations\\_Worldwide.jpg](http://img1.findthebest.com/sites/default/files/396/media/images/Ogilvy_Public_Relations_Worldwide.jpg)
81. Огилви Д. Л. [http://www.mgut.ru/images/news/05.2011/devid\\_makkenzi.jpg](http://www.mgut.ru/images/news/05.2011/devid_makkenzi.jpg)
82. Огилви Д. О рекламе <http://i31.fastpic.ru/big/2011/1015/8e/826ab795cf5ed4441ad477e4dc831d8e.jpg>
83. ФрейдЗ. [http://www.planet-wissen.de/alltag\\_gesundheit/psychologie/psychotherapie/img/intro\\_psycho\\_freud\\_g.jpg](http://www.planet-wissen.de/alltag_gesundheit/psychologie/psychotherapie/img/intro_psycho_freud_g.jpg)
84. Берковиц Л. <http://www.koob.ru/berkowitz/>
85. Кэмпбелл Д.Т. [http://psychology.ucdavis.edu/Simonton/Donald\\_T\\_Campbell.jpg](http://psychology.ucdavis.edu/Simonton/Donald_T_Campbell.jpg)
86. Шахматы <http://www.volynnews.com/files/news/2010/11-22/19501-1u.jpg>
87. Ханов Г.Г. <http://www.publicity.ru/9372.html>
88. Логотип «Паблицити» <http://www.ua-tenders.com/images/logo/148174.jpg>

## **Тема 8. Специфика межэтнических конфликтов**

### **Тексты для занятия**

89. Меморандум «О состоянии общественных отношений в Российской Федерации в 2010-2011 годах» Высшего Экспертного Совета Российской Ассоциации по связям с общественностью [www.raso.ru/system/userfiles/Memorandum\\_VES.doc](http://www.raso.ru/system/userfiles/Memorandum_VES.doc)
90. Убийство Егора Свиридова [http://www.peoples.ru/state/citizen/egor\\_sviridov/history.html](http://www.peoples.ru/state/citizen/egor_sviridov/history.html)  
Петербургский блогер раскритиковывал социальную рекламу толерантности <http://www.1soc.ru/news/view/1769> 28.10.2010
91. Понаехали тут? [http://www.dv-reclama.ru/kaleidoskop/detail.php?ELEMENT\\_ID=1136006](http://www.dv-reclama.ru/kaleidoskop/detail.php?ELEMENT_ID=1136006) 10.2009  
«ГРУППА ИМА» <http://www.imagroup.ru>
92. Результаты переписи населения 2010 Том 4. Национальный состав населения и владение языками, гражданство [http://www.gks.ru/free\\_doc/new\\_site/perepis2010/croc/Documents/Vol4/pub-04-09.pdf](http://www.gks.ru/free_doc/new_site/perepis2010/croc/Documents/Vol4/pub-04-09.pdf)
93. Официальный портал Правительства Ростовской области [donland.ru](http://donland.ru)
94. Официальный портал Правительства Мурманской области [new.gov-murman.ru](http://new.gov-murman.ru)
95. Коренные малочисленные народы Севера <http://gov-murman.ru/natpers/>
96. О Комплексном плане мероприятий по обеспечению межэтнического согласия в Ростовской области на 2013 год <http://www.donland.ru/Default.aspx?pageid=117412>

### **Фотографии и картинки**

97. Логотип РАСО <http://raso.ru>
98. Митинг на Манежной площади <http://www.rodnovery.com/index.php?name=news&op=view&id=188>
99. Трофимов-Трофимов В. <http://ethnoconflict.ru/2012/02/rossijskij-politolog-iniciativa-armyanskix-aktivistov-budet-proignirovana-v-rossii/>
100. Социальная реклама толерантности <http://molproekt.perspektiva-inva.ru/articles/posters/?lang=ru>  
Гнатюк А.К. <http://www.imagroup.ru/ruk/show/2/>
101. Социальная реклама «Понаехали тут?» [http://www.dv-reclama.ru/kaleidoskop/detail.php?ELEMENT\\_ID=1136006](http://www.dv-reclama.ru/kaleidoskop/detail.php?ELEMENT_ID=1136006) 10.2009
102. Перьевая ручка [http://lavka4udes.ru/published/publicdata/MAGAZINSLAVKA/attachments/SC/products\\_pictures/9f0\\_enl.jpg](http://lavka4udes.ru/published/publicdata/MAGAZINSLAVKA/attachments/SC/products_pictures/9f0_enl.jpg)
103. Герб Ростовской области <http://img.rufox.ru/files/big2/605548.jpg>
104. Герб Мурманской области [http://pensionary.ru/images/stories/materinskii\\_kapital/materinskii\\_kapital\\_2012/](http://pensionary.ru/images/stories/materinskii_kapital/materinskii_kapital_2012/)

105. Измайлов В.А. <http://www.b-port.com/news/item/81706.html>

## **Тема 9. Сущность прогнозирования и профилактики конфликтов**

### **Тексты для занятия**

106. Пиарщиков и циркачей признали творческими работниками [http://www.raso.ru/news/pr\\_industry/news44835.html](http://www.raso.ru/news/pr_industry/news44835.html) 25.01.2013 17:19:51

107. День рождения Алексея Ситникова <http://www.raso.ru/news/greetings/greeting45383.html> 24.02.2013

108. Ситников А., Харитонов Е. Управление компанией. Тренинг как явление бизнес-культуры <http://www.sitnikov.com/sitnikov/publication/?id=174>

109. Пиарщики Японского городка Odawara City привлекали внимание к выборам мэра с помощью туалетной бумаги <http://www.1000ideas.ru/?p=4415#more-4415>

### **Фотографии и картинки**

110. Ливанов Д.В. <http://gubdaily.ru/wp-content/uploads/2012/10/livanov.jpg>

111. Список экзаменов [http://cs10698.vkontakte.ru/u8620368/137729376/x\\_4c9c4334.jpg](http://cs10698.vkontakte.ru/u8620368/137729376/x_4c9c4334.jpg)

112. Указательный палец [http://static.freepik.com/darmowe-zdjecie/język-migowy-d-palcem-clipart\\_421298.jpg](http://static.freepik.com/darmowe-zdjecie/język-migowy-d-palcem-clipart_421298.jpg)

113. Беляев А.В. [http://www.yaplakal.com/pics/pics\\_original/1/7/4/285471.jpg](http://www.yaplakal.com/pics/pics_original/1/7/4/285471.jpg)

114. Заставка профилактики на ТВ [http://www.vsluh.ru/system/post\\_images/original/232/232488/настроечная%20таблица.jpg?1311935120](http://www.vsluh.ru/system/post_images/original/232/232488/настроечная%20таблица.jpg?1311935120)

115. Ситников А.П. [http://ikm.hse.ru/sites/default/files/styles/lecturers\\_page/public/sotrudniki/sitnikov.jpg](http://ikm.hse.ru/sites/default/files/styles/lecturers_page/public/sotrudniki/sitnikov.jpg)

116. Логотип консалтинговой компании «Нестандартные решения» <http://www.nonstandart.com/>

117. Рулон туалетной бумаги [http://www.yaplakal.com/pics/pics\\_original/8/0/0/1320008.jpg](http://www.yaplakal.com/pics/pics_original/8/0/0/1320008.jpg)

119. Японская туалетная бумага <http://www.1000ideas.ru/?p=4415>

## **Тема 10. Конструктивные способы воздействия на поведение оппонента в предконфликтной ситуации**

### **Тексты для занятия**

120. Сваровский Ф.Н. <http://novostiliteratury.ru/2013/02/v-festivale-zimnie-chteniya-i-ekodom-v-sokolnikax-primet-uchastie-fedor-svarovskij/>

121. Онлайн конференция Д. Келлихера и Ию Бедринской «Особенности PR-продвижения в России и на Западе (онлайн и оффлайн)» <http://www.raso.ru/conferences/conference250.html> 20.07.2012

122. Сулимова Н. Пиарщик многоукий <http://www.brainity.ru/business/career/16386/> 13.06.2012

### **Фотографии и картинки**

123. Тест выбора фигуры [http://cs319030.userapi.com/v319030621/e387/2M\\_OSwJAzlw.jpg](http://cs319030.userapi.com/v319030621/e387/2M_OSwJAzlw.jpg)

124. Нарисованный человек за тестом <http://school.discoveryeducation.com/clipart/images/dmbtest.gif>

125. Человек и восклицательный знак <http://vclass7gim.ru/Novosti/vazhno-150x150.jpg>

126. Человек и вопросительный знак <http://www.z100r.ru/upload/img/zaim1.jpg>

127. Человек и книга [http://www.aol.org/nz/our\\_services/business\\_on\\_london](http://www.aol.org/nz/our_services/business_on_london)

128. Сваровский Ф.Н. <http://novostiliteratury.ru/2013/02/v-festivale-zimnie-chteniya-i-ekodom-v-sokolnikax-primet-uchastie-fedor-svarovskij/fedor-svarovskij-3/>

Журнал «Esquire» [http://luydi.ru/wp-content/uploads/x\\_aa5dc25d.jpg](http://luydi.ru/wp-content/uploads/x_aa5dc25d.jpg)

130. Келлихер Д. <http://www.raso.ru/conferences/conference250.html>

131. Логотип агентства «Whiteoaks» <http://www.whiteoaks.co.uk/index.aspx>

132. Сулимова Н. <http://www.sulinat.ru/about/>

133. Логотип агентства «PR-студия Натальи Сулимовой» <http://www.brainity.ru/experts/16385/>

134. Логотип агентства «Brainty.ru» <http://www.brainity.ru/>

## **Тема 11. Социально-психологический тренинг как метод психокоррекции конфликтного поведения**

### **Тексты для занятия**

135. Внутрикorporативный пиар: действует изнутри, результат снаружи [http://www.botexpert.com.ua/MonthTheme1/MonthTheme1\\_693.html?ThemeID=16](http://www.botexpert.com.ua/MonthTheme1/MonthTheme1_693.html?ThemeID=16)

136. Баженов Р. Учиться играючи // Элитный персонал №04 (542). - 29-01-2008. <http://www.e-personal.ru/article.php?id=5000>

137. Что входит в должностные обязанности специалиста по связям с общественностью? <http://www.pandia.ru/text/77/164/15652.php>

138. Павлюченко А. Роли, без которых нам не жить <http://www.brainity.ru/business/career/17012/> 29.12.2012

### **Фотографии и картинки**

139. Таблетки со стаканом <http://bestbeautywomen.ru/images/pages/fill/h600/1b501d45d9226128aeba>



140. Интернет-журнал BOTEXPERT.com.ua <http://www.botexpert.com.ua/Top/Project/>
141. Петровская Л.А. <http://www.psy.msu.ru/people/petrovskaya.html>
142. Петровская Л.А. Общение-компетентность-тренинг: избранные труды [http://www.litres.ru/static book-images/05/21/80/05218055\\_bin.dir/05218055.cover.jpg](http://www.litres.ru/static/book-images/05/21/80/05218055_bin.dir/05218055.cover.jpg)
143. Логотип «РКА-Консалтинг» [http://ruvfx.ru/wp-content/uploads/2012/11/post\\_2052\\_w580.jpg](http://ruvfx.ru/wp-content/uploads/2012/11/post_2052_w580.jpg)
144. Калинин С. [http://www.infox.ru/photos/2011/25/103325/480x320\\_hsOuN00qSVonHSHnrtelBpGdOMerjtMq.jpg](http://www.infox.ru/photos/2011/25/103325/480x320_hsOuN00qSVonHSHnrtelBpGdOMerjtMq.jpg)
145. Логотип компании H&C Developers <http://www.h-c-dev.ru/Kalinichev>

## **Тема 12. Структура конструктивной критики и снижение внутреннего сопротивления**

### **Тексты для занятия**

146. Онлайн-конференция Натальи Петровны Скворцовой 23.09.2010 «Юбилей Премии «Белое крыло». <http://www.raso.ru>
147. Онлайн-конференция Джемиде Дегтяренко 14.07.201 «Лучшие в медиа-бизнесе. Итоги премии «Медиа-Менеджер России 2011» <http://www.raso.ru>
148. Онлайн-конференция Максима Мусселя состоялась. 14.04.2013 «Типичные ошибки в исследовании корпоративной репутации»

### **Фотографии и картинки**

149. Логотип премии «Белое крыло» [http://www.d-kvadrat.ru/res\\_ru/0\\_news\\_4591\\_1.jpg](http://www.d-kvadrat.ru/res_ru/0_news_4591_1.jpg)
150. Скворцова Н.П. <http://www.raso.ru>
151. Кушнир А. <http://freelance-tomsk.ru/files/kushnir-poster-final-700.jpg>

## **Тема 13. Подготовка оптимального управленческого решения**

### **Тексты для занятия**

152. PR-менеджер (коммуникационное агентство) <http://spb.hh.ru/>
153. Менеджер по рекламе и PR <http://spb.hh.ru/vacancy/7923187?query=PR>
154. Специалист по связям с общественностью <http://spb.hh.ru/vacancy/>
155. Онлайн-конференция Бекетова В.А. «Способна ли российская PR-индустрия на равных конкурировать со своими западными коллегами» <http://www.raso.ru/>
157. Он-лайн конференция Есиповой И.Ф. «Стратегические коммуникации в энергетике». <http://www.raso.ru/>
158. Онлайн конференция Слащевой Ю.Ю. [http://www.raso.ru/conferences/conference129.html?resources=Raso=%23&GOTOresourcesRasoButton=%D0%9F%D0%B5%D1%80%D0%B5%D0%B9%D1%82%D0%B8CSN-PRO Communication group](http://www.raso.ru/conferences/conference129.html?resources=Raso=%23&GOTOresourcesRasoButton=%D0%9F%D0%B5%D1%80%D0%B5%D0%B9%D1%82%D0%B8CSN-PRO%20Communication%20group) <http://img1.whoiswho.dp.ru/wiwpictures/0f99f7c3-be96-4aa5-b0a2-2a8226d157ba.jpg>
159. Что такое тайм-менеджмент и что он может мне дать? <http://www.classs.ru/library1/articles/time3.html>

### **Фотографии и картинки**

160. Логотип <http://spb.hh.ru/news>
161. Логотип CTC <http://www.ctcmedia.ru/>
162. Логотип компании «Modul-Pro» <http://www.modul-pro.com/>
163. Логотип «Ibcon» <http://spb.hh.ru/employer/962009>
164. Логотип «Корпорация Я» <http://www.yacorporation.ru/about/team/>
165. Бекетов В.А. <http://www.raso.ru/conferences/conference74.html?geographyRaso=%23>
166. Есипова Е.Ф. [http://luchnik.ru/upload/s4y\\_persons\\_jury/28/Image/esipova1.jpg](http://luchnik.ru/upload/s4y_persons_jury/28/Image/esipova1.jpg)
167. Логотип Министерства энергетики РФ [http://www.elec.ru/\\_thumb/800x600/files/2010/08/26/minenergo.jpg](http://www.elec.ru/_thumb/800x600/files/2010/08/26/minenergo.jpg)
168. Коптев А. Команда CSN-PRO Communication group <http://csn-pro.com/arhiv/o-kompanii/komanda-pr-agentstva>
169. Коптев А. [http://cs11183.vkontakte.ru/u135987461/-5/x\\_80e3575d.jpg](http://cs11183.vkontakte.ru/u135987461/-5/x_80e3575d.jpg)
170. Слащева Ю.Ю. <http://www.raso.ru/system/userfiles/slascheva.JPG>
171. Логотип «Михайлов и партнёры. Управление стратегическими коммуникациями» <http://gtmarket.ru/files/Mikhaylov-Partners-logo.jpg>
172. Логотип CSN-PRO Communication group <http://img1.whoiswho.dp.ru/wiwpictures/0f99f7c3-be96-4aa5-b0a2-2a8226d157ba.jpg>
173. Человек с восклицательным знаком <http://us.cdn2.123rf.com/168nwm/frenta/frenta0803/frenta080300140/2733156-3d-person--puppet-a-symbol--holding-in-a-hand-objects-over-white.jpg>
174. Логотип социальной сети «ВКонтакте» <http://photo.ava-pskov.ru>
177. Логотип «Питер online» <http://radario.ru/>
178. Часы [http://vk.com/nonstandart?w=wall-26577529\\_959/46bc6d7d4399ee0ccf#/nonstandart](http://vk.com/nonstandart?w=wall-26577529_959/46bc6d7d4399ee0ccf#/nonstandart)
179. Логотип фестиваля «PR-профессия третьего тысячелетия» <http://www.fontanka.ru>
180. Ежедневник [http://img-fotki.yandex.ru/get/14/lustrange.0/0\\_7df5\\_ade3fa4d\\_XL](http://img-fotki.yandex.ru/get/14/lustrange.0/0_7df5_ade3fa4d_XL)

## **Тема 14. Психологические причины конфликтогенных решений**

### **Тексты для занятия**

181. Макаров А. Мобильность современных топ менеджеров: факторы, влияющие на необходимость командировок <http://www.profile.ru>. 18.10.2012
182. Аслетт Д., Картаино К. Как успевать жить и работать [http://www.tinlib.ru/delovaja\\_literatura/kak\\_uspevat\\_zhit\\_i\\_rabotat/index.php](http://www.tinlib.ru/delovaja_literatura/kak_uspevat_zhit_i_rabotat/index.php)
183. Малахаева Н. Командировка: едем куда, зачем и почему? 16 марта, 16:16 <http://www.brainity.ru/articles/239/>

### **Фотографии и картинки**

184. Лупа <http://pankovetskaya.justclick.ru/media/content/pankovetskaya/Результаты.jpeg>
185. Аслетт Д. <http://www.varsityfs.com/leadership/2/medium/Don-NEW-300x300.jpg>
186. Аслетт Д., Картаино К. <http://bookfinder.su/ViewImage.php?isbn=9785170417070&psfx=b>
187. «Внимание» <http://cs418423.userapi.com/v418423589/26b/6jvnjvzEj1Q.jpg>
188. «+» и «-» [http://ways4you.ru/wp-content/uploads/2011/12/plus\\_minus\\_logo.jpg](http://ways4you.ru/wp-content/uploads/2011/12/plus_minus_logo.jpg)
189. Портфель и глобус [http://tiger-news.info/uploads/posts/2011-05/1306244941\\_1.jpg](http://tiger-news.info/uploads/posts/2011-05/1306244941_1.jpg)
190. Логотип The Russian Connection Group <http://www.ruscon.ru/about/>
191. Шукурова К. <http://kshukurova.moikrug.ru/#/feed/>
192. Логотип премии Премии CRE Awards [http://www.crepeople.ru/site\\_upload/news/cre\\_mos\\_awards\\_logo.jpg](http://www.crepeople.ru/site_upload/news/cre_mos_awards_logo.jpg)

## **Тема 15. Границы мировосприятия и профилактика стресса**

### **Тексты для занятия**

186. Зотова Л. 10 самых стрессовых профессий <http://www.interfax.by/article/99565>  
04.03.13
187. Акван О. Признаки и симптомы стресса. [http://www.newtomorrow.ru/stress/priznaki\\_i\\_simptomi.php](http://www.newtomorrow.ru/stress/priznaki_i_simptomi.php)  
05.04.2011 21:20
188. Шамарина О. Стресс в жизни руководителя <http://www.nastol.ru/Go/ViewArticle?id=1226>
189. Фриланс: Осторожно, опасно для здоровья! <http://a32.me/ru/2012/12/frilans-ostorozhno-opasno-dlja-zdorovja>
190. День PR-специалиста <http://planetahr.ru/publication/2988>
191. Онлайн-конференция Татьяны Спиридовой <http://www.raso.ru/conferences/conference43.html>. 6.03.2009

### **Фотографии и картинки**

192. Логотип исследовательского портала careercast.com
193. Военнослужащий [http://img-fotki.yandex.ru/get/5603/valenta-mog.30/0\\_5f6db\\_e3a33789\\_orig.jpg](http://img-fotki.yandex.ru/get/5603/valenta-mog.30/0_5f6db_e3a33789_orig.jpg)
194. Пожарный <http://i027.radikal.ru/1104/6b/7060e4dcbd57.gif>
195. Журналист [http://www.americangoju.com/\\_borders/newsletter%20graphic.jpg](http://www.americangoju.com/_borders/newsletter%20graphic.jpg)
196. Шамарина О. <http://www.nastol.ru/Go/ViewArticle?id=1966>
197. Логотип «СВО Мебель» <http://svo-mebel.com/index.php/poleznoe>
198. Лукьянцева М. <http://citycelebrity.ru/citycelebrity/ViewImage.ashx?id=132900&type=Avatar252&isdoublewidth=False>
199. Логотип компании «Morgan Hunt» [http://www.banki.ru/upload/iblock/5ff/mh\\_blue.jpg](http://www.banki.ru/upload/iblock/5ff/mh_blue.jpg)
200. Логотип ProMediaTech [http://www.prttime.ru/uploads/posts/1205915109\\_pmtech\\_ru.jpg](http://www.prttime.ru/uploads/posts/1205915109_pmtech_ru.jpg)

## **Тема 16. Медиаторство и регулирование конфликта**

### **Тексты для занятия**

201. Иванова И. Каждый четвертый пиарщик в России без образования. - 25.02.2010 <http://www.prdirector.ru>
202. Рогач А. Никто, кроме самих PR-агентств, не сделает PR лучше. - 25.11.2010. - <http://marketing.by>
203. Анастасия Гамаюнова, создатель пиар-агентства Sarafun PR. - <http://www.hopesandfears.com>
204. Лондонцы смогут лепить жвачки на постеры «звезд» <http://news.bbc.co.uk>.

### **Фотографии и картинки**

205. Логотип коммуникационного агентства PR Director <http://prdirector.ru/about/>
206. Рогач Александра [http://www.aif.by/images/stories/\\_010.jpg](http://www.aif.by/images/stories/_010.jpg)
207. Гамаюнова Анастасия <http://www.cityspb.ru/f/a0/ru/auto/201111/01013842.1.jpg>
208. Логотип Сарафан PR <http://sarafun.spb.ru/home>
209. Судья <http://www.mobime.ru/var/articles/2007/02/05/binder8.jpg>
210. Арбитр [http://zxcc.ru/upload/normal/moskva-stan\\_futbolnym\\_arbitrom\\_\\_67807.jpeg](http://zxcc.ru/upload/normal/moskva-stan_futbolnym_arbitrom__67807.jpeg)
211. Посредник <http://www.bezreg-duesseldorf.nrw.de>
212. Помощник <http://www.znaikak.ru/design/pic/visred/Detiubir.png>
213. Наблюдатель <http://xel.com.ua/modules/images/NB26-0325C.JPG>

# ПРИЛОЖЕНИЕ 1

Состояние социальной установки на 19 профессиональных мотивов  
студентов 3 курса специальности «Связи с общественностью» (2010-2011 уч. год)  
Северо-Западный филиал Московского гуманитарно-экономического института (г. Мурманск)

ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ МОТИВЫ	БАЛАНСНОЕ СОСТОЯНИЕ (%)	ДИСБАЛАНСНОЕ СОСТОЯНИЕ (%)
<b>ШИРОКИЕ СОЦИАЛЬНЫЕ МОТИВЫ</b>		
1. Своей профессиональной деятельностью внести вклад в финансовое состояние страны	7	93
2. Своей профессиональной деятельностью внести вклад в правила, регулирующие поведение всех участников общественных отношений	15	85
3. Руководствоваться совестью в процессе осуществления профессиональных функций	11	89
<b>КОЛЛЕКТИВИСТСКИЕ МОТИВЫ</b>		
4. Убежденность в соответствии коммуникативных способностей требованиям избранной профессии	48	52
5. Убежденность в соответствии организаторских способностей требованиям избранной профессии	22	78
6. Создание долговременных планов прогрессирования в профессии	30	70
7. Обмен знаниями с коллегами в процессе профессионального общения	15	85
8. Обмен опытом с коллегами в процессе профессионального общения	30	70
<b>ЛИЧНОСТНЫЕ МОТИВЫ</b>		
9. Убежденность в соответствии творческих способностей требованиям избранной профессии	63	37
10. Убежденность в соответствии умственных способностей требованиям избранной профессии	37	63
11. Мотивы самосознания личностью своего соответствия выбранной профессии	59	41
12. Желание заслужить уважение в коллективе	48	52
13. Мотивы, детерминируемые специфическими условиями профессиональной деятельности: график и распорядок дня	11	89
14. Мотивы, детерминируемые специфическими условиями профессиональной деятельности: служебные командировки	41	59
15. Мотивы, детерминируемые специфическими условиями профессиональной деятельности: работать и самостоятельно и в подчинении	33	67
16. Мотивы, детерминируемые возможностями последующего трудоустройства	22	78

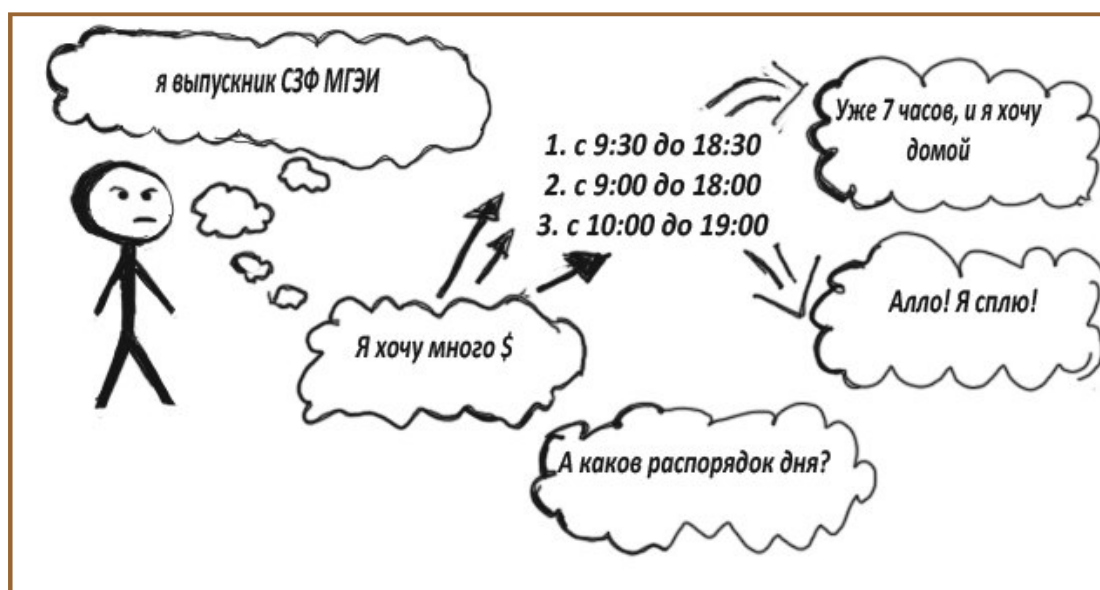
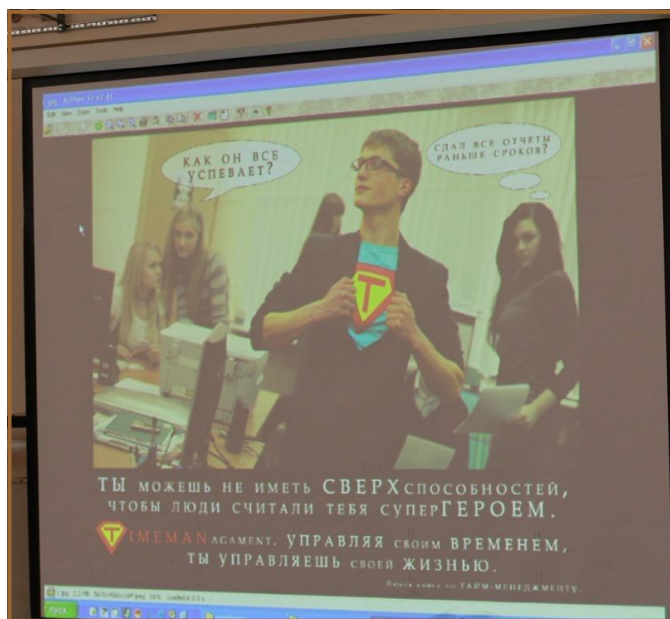
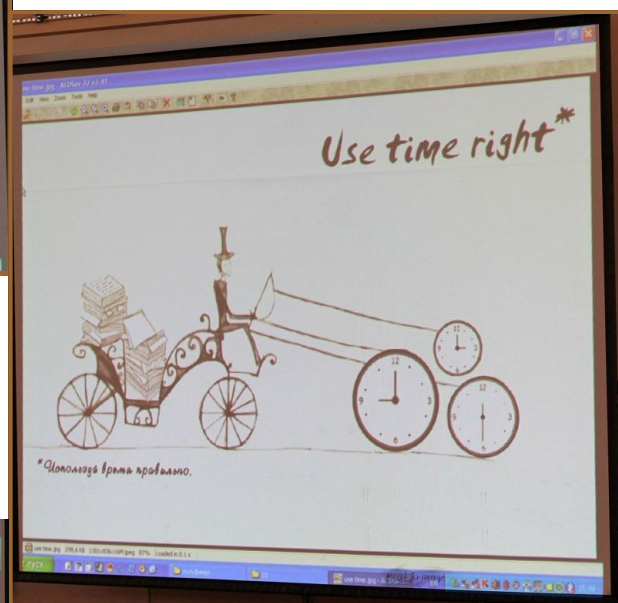


Рис .10 \_\_\_\_\_



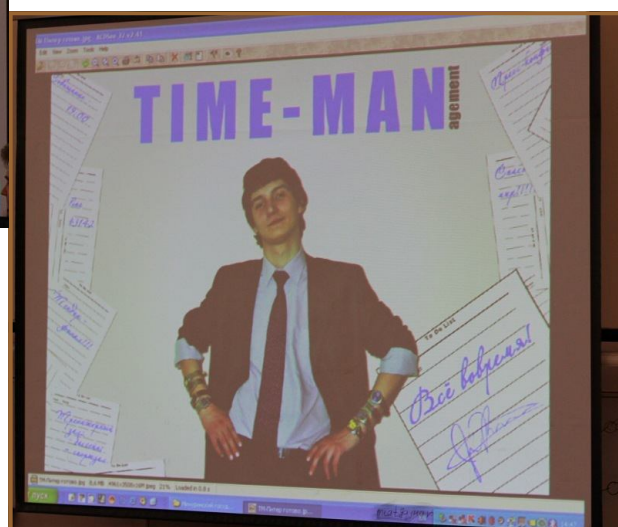
Плакаты № 1



Плакаты № 2



Плакаты № 3



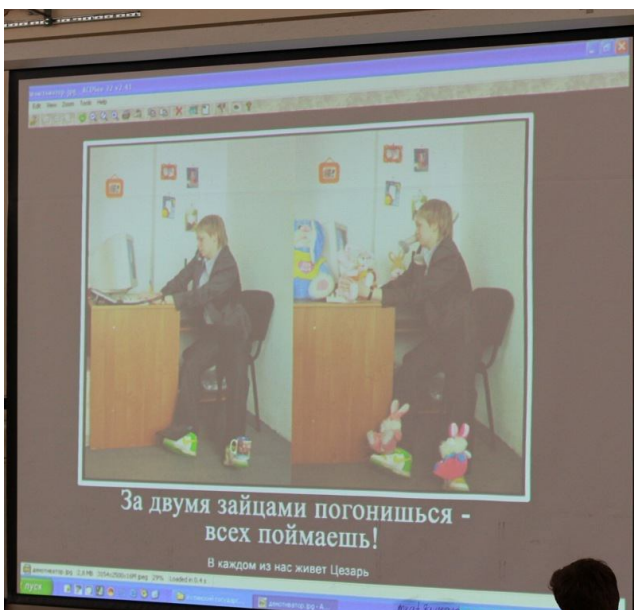
Плакаты № 4



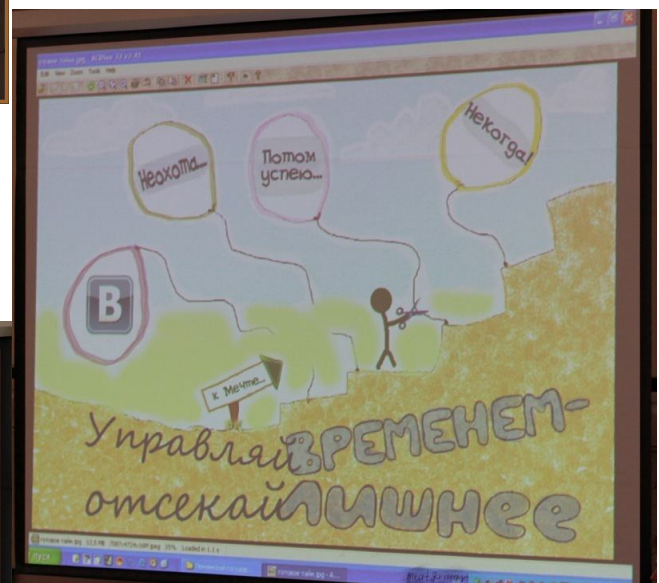


Плакат № 5

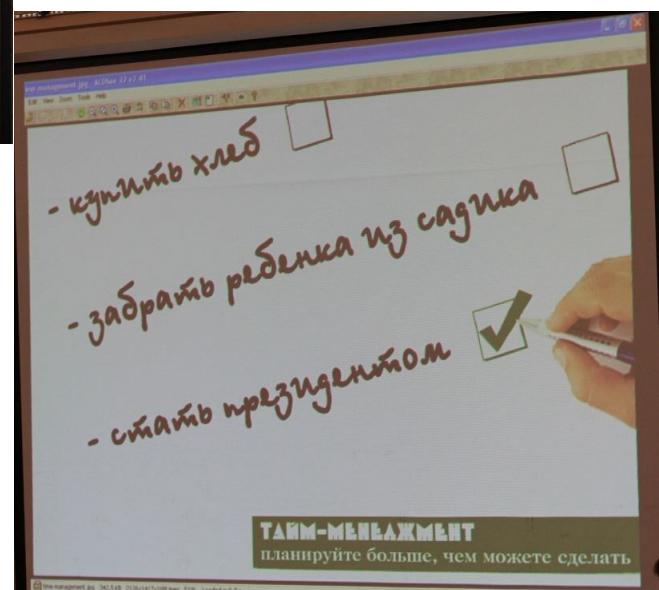
Плакат № 6



Плакат № 8



Плакат № 7





Ольга Игоревна Левицкая

Социолог, социальный психолог, педагог, преподаватель СЗФ МГЭИ (г.Мурманск), соискатель ученой степени кандидата психологических наук специальности 19.00.05 Социальная психология. Автор проекта по продвижению образовательных услуг вуза «Напиши мне, и я отвечу», который стал финалистом Десятой премии в области развития общественных связей PROBA-IPRA GWA 2009 в номинации «PR-проект года» и дипломантом V Всероссийского конкурса Центрально-Чернозёмной премии в области развития связей с общественностью «RuPoR 2009» в номинации «PR-проект в социальной сфере».

E-mail: [zayzeva5@yandex.ru](mailto:zayzeva5@yandex.ru)  
м.т. +7-919-893-87-12