



EVROPSKÁ UNIE
Evropské strukturální a investiční fondy
Operační program Výzkum, vývoj a vzdělávání



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY

Název projektu	Rozvoj vzdělávání na Slezské univerzitě v Opavě
Registrační číslo projektu	CZ.02.2.69/0.0./0.0/16_015/0002400

KOMUNIKAČNÍ DOVEDNOSTI

Vyučující:

Mgr. Dagmar Svobodová, Ph.D.



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

Komunikace ve skupině a pomocí prostředníka

Struktura přednášky

Skupinové komunikační modely

Zásady diskuse

**Role v týmu a výběr členů týmu,
týmové vyjednávání**

**Telefonování jako komunikační
dovednost**

**Komunikace prostřednictvím
elektronických médií (sociální sítě)**

**Pravidla komunikace v hromadných
sdělovacích prostředcích**



KOMUNIKACE VE SKUPINĚ A POMOCÍ PROSTŘEDNÍKA

Cílem přednášky je:

- **Analyzovat mýty o komunikaci v týmové práci a spolupráci.**
- **Posoudit zrání skupiny s ohledem na její vývoj.**
- **Upravovat skupinovou a týmovou dynamiku.**
- **Definovat výstup ze skupinové diskuse.**
- **Kombinovat styly týmového vyjednávání.**
- **Pracovat se skupinovými komunikačními modely.**



Skupinové komunikační modely - centralizované

Centralizované komunikační modely jsou **ypsilon** a **kolo**.

Centralizace je zde zřejmá, protože jeden člen je zprostředkovatelem.

Komunikuje více než ostatní, což je projev soustředění informací a příkazů do jednoho místa.

Centralizovaná spojení jsou z hlediska výsledků efektivnější, což je dáno menší komplexitou jejich úloh.

Skupinové komunikační modely - necentralizované



SLEZSKÁ
UNIVERZITA
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

Necentralizované komunikační modely jsou **řetěz** a **kruh** jako **pavučina**.

Komunikovat lze vzájemně, protože není potřebný zprostředkovatel.

Nedochází tak ke zkreslování předávaných informací.

Pro komplexní úlohy je účinnější jeví **kruh**, ve kterém může komunikovat každý s každým.

Zásady diskuse

Skupinovou diskusi vymezují znaky a podmínky, které její účastníci dodržují:

- 1) Musí společně vzájemně hovořit.
 - 2) Vzájemně si naslouchat.
 - 3) Reagovat na to, co říkají ostatní.
 - 4) Uvést více než jen vlastní názor na diskutované téma.
 - 5) Mít v úmyslu rozvíjet své poznání, porozumění a myšlení o diskutovaném tématu.
-

Etická pravidla diskuse



- 1) Řád - vždy mluví pouze jeden, který nepřerušuje ani neumlčuje druhé.
 - 2) Přístupnost - ochota vyslechnout důvody, důkazy a argumentaci ostatních a dovolit, aby argumenty druhých mohly ovlivnit osobní názory.
 - 3) Pravdivost - účastníci předkládají informace, o kterých jsou přesvědčeni, že jsou pravdivé a kterým věří.
 - 4) Svoboda projevu - všichni mohou svobodně vyjádřit vlastní názor a přitom nejsou omezováni názory druhých, nikdo se jim nevysmívá a neuvádí je do rozpaků.
-

Etická pravidla diskuse



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

5) Rovnost příležitostí - všichni mají srovnatelnou příležitost, aby mohli promluvit, a druzí jim věnují pozornost, nikdo neovládá zcela pole diskuse.

6) Úcta a respekt - účastníci respektují právo ostatních mít opačný názor, věnují jim pozornost a zamýšlejí se nad tím, co říkají druzí, reagují šetrně a chovají se k nim s úctou jako k rovnocenným partnerům.

7) Nepředpojatost - účastníci jsou otevřeni názorům druhých, nesoudí a neodsuzují je předem.

8) Emocionalita - pocity mají právo, aby byly zmíněny a diskutovány.

Role v týmu



SLEZSKÁ
UNIVERZITA
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

První role je **funkční**, která má formální vymezení.

Funkční role je zřejmá a viditelná ve struktuře organizace (vedoucí, výkonový pracovník).

Druhá role je **týmová**, která je méně zřejmá.

Týmová role pojednává o způsobu, jak se jedinec zapojuje do spolupráce s druhými.

Výběr členů týmu



SLEZSKÁ
UNIVERZITA
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

Nejkomplexnější klasifikaci týmových rolí pro výběr členů do týmu vytvořil **Belbin**.

Formuloval a popsal devět týmových rolí, které se vzájemně svým profilem liší.

Belbinovy týmové role lze orientovat na:

- 1) **Úkoly** - formovač, realizátor a dotahovač
 - 2) **Lidi** - koordinátor, stmelovač a vyhledavač zdrojů.
 - 3) **Myšlení** - inovátor, specialista a analytik.
-

Týmové vyjednávání

Členové vyjednávacího týmu musí umět **mluvit, myslet a pozorovat**.

Důležitá je souhra členů vyjednávacího týmu.

Vyjednávací tým při vyjednávání vychází z:

- 1) **analýzy předchozích kontaktů s partnerem**
 - 2) **zápisů z předchozího kola vyjednávání**
 - 3) **analýzy silných stránek a slabých stránek**
-

Telefonování jako komunikační dovednost



SLEZSKÁ
UNIVERZITA
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

Telefonní kontakt je aktivita k prolomení bariéry v komunikaci s partnerem.

Kvalita telefonního kontaktu je ovlivněna úrovní mluvčího a organizací kontaktu.

Nástroji telefonování jsou **hlas mluvčího, styl jeho projevu a strategie jednání.**

Úspěch telefonického rozhovoru je ovlivněn z 13 % odbornými znalostmi mluvčího a z 87 % jeho hlasem, včetně techniky jeho mluvy.

Využití hlasu při telefonování

Při telefonování je jediným komunikačním prostředkem hlas. Při osobním kontaktu svá slova doplňujete gestem, jehož intenzitou vyjadřujete sílu vašeho „ano“.

Při telefonování ale žádné gesto používat nelze, i emoce je nutné vyjádřit hlasem.

Kdo si to neuvědomuje, pak mluví nezajímavě a stroze. Nebojte se do telefonu svůj projev zintenzivnit.

Místo lehkého úsměvu, který při osobním rozhovoru stačil, nasad'te úsměv široký.

Teprve pak protistrana z vašeho hlasu vycítí radost. Co při reálném setkání působí afektovaně, zní v telefonu zajímavě.

Zlepšení stylu projevu



SLEZSKÁ
UNIVERZITA
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

Pro **zlepšení stylu projevu** v telefonování lze mluvčímu doporučit mluvit v kratších větách s pauzami, vyjadřovat se spisovně, být konkrétní, používat srozumitelná a pozitivní slova, zdvořilostní fráze a aktivní slova.

Rutinní telefonické rozhovory lze doporučit přesunovat na dobu, kdy není potřebné plné soustředění mluvčího.

Krátké telefonáty do 6 minut jsou efektivnější a koncentrovanější.

Komunikace prostřednictvím sociálních sítí



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

- 1) Z „přátel“ odstranit lidi, jejichž příspěvky ničím neobohacují.
 - 1) Vymazat sdíleče dezinformačních webů a sdíleče, které místo věcné argumentace oponentům nadávají.
 - 2) V diskusích reagovat pouze na věci, které jsou zajímavé a osobnostně se vás dotýkají.
 - 3) Nenechat se vtáhnout do sporů o nepodstatná témata, protože debaty na sociálních sítích zatím nic nevyřešily.
 - 4) Zveřejňovat a sdílet obsah, který je přínosný.
 - 5) Sociální sítě mít pouze v osobním počítači, nikoliv v mobilu.
-

E-mailová korespondence

- 1) Umožnit přenášet digitalizované objekty (písmo, obraz, zvuk, video).
 - 2) Členit zprávu na odstavce a upozornit předem na velké přílohy.
 - 3) Formulovat jasně předmět sdělení a nekomunikovat o důvěrnostech.
 - 4) Výhodou je rychlý přenos informací a nízká cena nepřímých nákladů.
 - 5) Nepoužívat zkratky a slangové výrazy.
-

E-mailová korespondence



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

- 6) Historie e-mailu je důležitá.
 - 7) Po delší odmlce se má mluvčí znovu krátce připomenout.
 - 8) Nevýhodou je přehlčení v běžné komunikaci.
 - 9) Neodesílat e-maily v afektu.
 - 10) Důležitá je věcná argumentace e-mailu.
-

Komunikace v hromadných sdělovacích prostředcích



SLEZSKÁ
UNIVERZITA
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

Být slušný a připravený, mluvit stručně, jasně a citlivě.

Být zábavný a přátelský, umět zaujmout veselostí, udržovat průběžný vizuální kontakt.

Být srozumitelný a přesvědčivý, zaujmout pevný sebevědomý postoj.

Střídmé oblečení, které neomezuje a padnoucí estetická obuv.



Shrnutí přednášky

- **Stanete se oblíbeným mezi lidmi, když budou mít pocit, že co říkají, vás skutečně zajímá.**
- **Kromě pozorného naslouchání lidé ocení detaily (ztišíte rádio, nerozptylujete pozornost, neskáčete do řeči, nereagujete na zvonění telefonu).**
- **Nečestní vyhrávají diskuse tím, že uvádějí nepravdivá fakta.**
- **Neusnadňujte jim život tím, že všechno nekriticky přijmete. Ptejte se na zdroje informací, neověřená a nereálná fakta uznávejte pouze podmíněně.**
- **Budete-li známí tím, že si argumenty oponentů ověřujete, málokdo se vám pokusí lhát.**