

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://stuservis.ru/diplomnaya-rabota/70199>

Тип работы: Дипломная работа

Предмет: Менеджмент

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ 3

1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ПУБЛИЧНЫХ ВЫСТУПЛЕНИЙ 8

1.1 Публичное выступление как способ передачи управленческой информации 8

1.2 Стили общения менеджеров с аудиторией и культура речи 13

1.3 Требования к публичному выступлению руководителя 19

2. АНАЛИЗ ОСОБЕННОСТЕЙ ПОДГОТОВКИ К ПУБЛИЧНОМУ ВЫСТУПЛЕНИЮ И ЕГО СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ 36

2.1 Инструменты взаимодействия с аудиторией 36

2.2 Совершенствование публичного выступления руководителя (на примере ГБУЗ «Унечская ЦРБ») 45

ЗАКЛЮЧЕНИЕ 52

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ 54

ПРИЛОЖЕНИЕ 59

ВВЕДЕНИЕ

Реалии нашей жизни таковы, что востребованными оказываются люди, способные мыслить самостоятельно, вырабатывать продукт мышления – оригинальное решение актуальной для определенной области жизни проблемы, точно и понятно для всех сформулировать его, вызвать к нему интерес соответствующих лиц и сделать их своими единомышленниками. А для этого нужно еще и отработать систему доказательств оптимальности и необходимости реализации своей цели.

Процесс очевидных изменений, которые происходят в начале XXI века в экономической, политической, духовной, образовательной сферах, остро ставит ответственную задачу – необходимость в грамотных, духовно обогащенных, национально сознательных руководителях, уровень знаний которых отвечал бы растущим к ним требованиям общества. Потребность в решении важных социально-экономических и культурно-просветительских проблем ставит новые требования к образованию и речевой подготовке будущих руководителей, поскольку обязательным условием успешной профессиональной деятельности управленцев является знание логических основ различных видов общения, владение культурой делового, профессионального вещания, без которого невозможна продуктивная деятельность руководителя учреждения.

Состояние современного общества характеризуется интенсивным развитием речевых коммуникаций. Искусство совершенного выступления в европейской культуре считается необходимым для всех образованных людей. Какой бы профессиональной деятельностью не занимались люди, они должны уметь уместно и убедительно выражать мысли.

Публичная речь занимает значительное место в общественной жизни каждого человека, а особенно специалистов в области управления. Публичная речь сегодня уже рассматривается не как изящная словесность, а подобно любому устному общению, такое вещание считают не самоцелью, а средством для достижения целей [95].

Риторические аспекты публичной речи составляют основу профессионализма политика, юриста, преподавателя, управленца. Знание основных принципов и правил ораторского искусства влияют на коммуникативное мастерство специалиста в любой отрасли. Особенно это актуально для специалистов служащих, занимающих руководящие должности. Также важно иметь навыки деловой коммуникации, которая состоит из знания основ риторики, ведения дискуссии, проведения различных публичных мероприятий. Именно эти навыки являются обязательным условием дальнейшего успешного карьерного роста. Большое значение в этом контексте приобретает культура речи и общения, которая выступает критерием коммуникабельности и коммуникативной компетентности руководителя.

Сегодня риторика развивается как наука об успешной языковой коммуникации. Нет сомнения в том, что знание ораторского искусства необходимо каждому, кто активно участвует в общественной жизни.

Деятельность руководителей, которая связана с публичными выступлениями, невозможна без глубоких знаний принципов и правил ораторского искусства.

Грамотная публичная речь любого человека, а особенно современного управленца, можно считать визитной карточкой его самого, а также организации, которую он представляет.

Высокий уровень культуры публичной речи в современном мире имеет потребоваться и неотъемлемой частью подготовки специалистов в любой профессиональной области. Учитывая, что практическая деятельность руководителей ежедневно связана с общением, в процессе которого происходят межличностные контакты, успешное публичное выступление невозможно без глубоких знаний, опыта и компетентности. Например, незнание основ и принципов публичной речи как минимум ограничивает рычаги влияния, которые используются в формировании общественного мнения; как максимум, может свести на нет все усилия государственных деятелей получить поддержку населения. Современные обязанности управленцев разных рангов требуют от них не только высокой профессиональной компетентности, но и нового мышления, овладения новыми методами речевой коммуникации.

Умение уверенно выступать перед другими людьми, убеждать в своей точке зрения - обязательный навык для каждого публичного человека, особенно руководителя учреждения, который хочет добиться успеха в профессиональной деятельности. К сожалению, проблеме формированию умений и навыков публичных выступлений очень мало уделяется внимания в высших учебных заведениях, которые готовят работников образования.

Анализируя выступления руководителей, можно заметить, что большинство из них, как правило, характеризуются высокой зависимостью от конспекта, неумением заинтересовать аудиторию, высоким уровнем волнения, негативно сказывается на качестве выступления. Нередко можно столкнуться с таким явлением, когда оратор лишь докладывает содержание своего выступления, пытаясь информационно насытить слушателей, не создает ситуацию внутреннего монолога, обсуждения с аудиторией.

Ряд исследований показывают преимущественно невысокий уровень коммуникативной компетентности руководителей. Поэтому необходимо внести существенные изменения в содержание подготовки будущих руководителей в вузах, в цели, методы и технологии работы с целью решения проблемы формирования умений и навыков публичной речи будущих управленцев.

О признании важной роли культуры общения, деловой речи в формировании личности свидетельствует постоянное освещение этих вопросов учеными, методистами, писателями, общественными деятелями (Н.Д. Бабич [6], Е. В. Климкина [23], Л. Д. Киселева [25], М.И. Лесной, [27; 28], А. К. Михальская [30; 31] и др.). В их трудах привлекается внимание к речевому поведению личности, даются рекомендации по правильному словоупотреблению, использование языковых средств в соответствии с условиями общения, усвоение норм литературного языка.

Однако проблема речевой подготовки руководителей является весьма актуальной и в настоящее время не может удовлетворить насущные потребности общества в воспитании национальной элиты, в подготовке специалистов, которые свободно владеют искусством риторики, умело пользуются ею во всех сферах, особенно в официально-деловой и профессиональной. Осознавая актуальность этой проблемы, исследователи (М.Г. Вахницкая [14], Е. В. Климкина [24], М.И. Лесной [28] и др.) предлагают разнообразные педагогические технологии формирования культуры делового, профессиональной речи.

В то же время, отдельные важные аспекты методики формирования профессиональной речи руководителей остаются неисследованными. Не была предметом отдельного изучения проблема формирования навыков публичной речи руководителей, для которых умение владеть словом является обязательным компонентом управленческой деятельности.

Итак, объективная необходимость решения проблемы формирования умений и навыков публичной речи управленцев, с одной стороны, и отсутствие исследования, где бы целостно рассматривалась эта проблема, с другой, обусловили выбор темы «Подготовка руководителей к публичным выступлениям».

Объект исследования – публичное выступление.

Предмет исследования – критерии эффективности публичного выступления руководителя.

Цель исследования – проанализировать особенности подготовки к публичным выступлениям и разработать пути ее совершенствования (на примере выступлений руководителя ГБУЗ «Унечская центральная районная больница».

Задачи исследования:

1. Охарактеризовать публичное выступление как способ передачи управленческой информации.
2. Рассмотреть стили общения менеджеров с аудиторией и культуру речи.
3. Охарактеризовать требования к публичному выступлению руководителя

4. Выявить инструменты взаимодействия с аудиторией главного врача ГБУЗ «Унечская центральная районная больница».

5. Разработать направления совершенствования публичного выступления главного врача ГБУЗ «Унечская центральная районная больница».

Гипотеза исследования: навыки публичного выступления являются элементом эффективности деятельности руководителя.

В работе использована документация ГБУЗ «Унечская центральная районная больница», а также специальная и научная литература на заданную тематику отечественных и зарубежных авторов.

Методологической основой дипломной работы послужили методы: научного поиска, анализ, синтез, сравнение.

Этапы исследования:

1. Теоретический анализ основ публичного выступления.

2. Анализ особенностей выступлений главного врача ГБУЗ «Унечская ЦРБ» и разработка направлений их совершенствования.

Научная новизна исследования заключается в разработке рекомендаций по совершенствованию публичного выступления руководителя ГБУЗ «Унечская ЦРБ».

Место проведения исследования: ГБУЗ «Унечская центральная районная больница».

1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ПУБЛИЧНЫХ ВЫСТУПЛЕНИЙ

1.1 Публичное выступление как способ передачи управленческой информации

Обзор ключевых задач современного руководителя бизнес-предприятия показывает, что значительная их часть связана с лидерскими качествами - убеждать, влиять, вдохновлять, направлять и тому подобное. Деятельность бизнес-лидеров (руководителей предприятий, организаций, фирм, менеджеров различных уровней управления, предпринимателей) реализуется в условиях активного социального взаимодействия, постоянного общения с большим количеством людей (партнеров, сотрудников, подчиненных, инвесторов, акционеров, конкурентов и т.д.).

По оценкам экспертов, финансовый успех людей зависит на 15% от их знаний и профессионального мастерства и на 85% от их умения устанавливать контакт с людьми, общаться, вызывать доверие и уважение, а также влиять на людей [12, с. 105].

Человек выражает свои мысли по-разному: с помощью рисунков, формул, музыкальных звуков, красок, жестов. Но универсальным знаковым средством оформления мысли является язык [7, с. 56].

Язык – это система знаков, служащая средством человеческого общения, мышления, передачи социального опыта, культурных традиций и норм.

Среди естественных языков (вербально-звуковая, жесты, мимика) и искусственных (сигналы, языка наук, искусств) ведущую роль играет речь.

Речь - общение между людьми с помощью устной и письменной речи.

Существуют различные формы речи:

□ внешняя и внутренняя;

□ письменная и устная;

□ монолог и диалог [38, с. 86].

Роль различных форм речи неодинакова. Особое значение приобретает именно внешнее вещание, поскольку оно направлено на социальное взаимодействие, влияет на сознание и социальную активность людей. Важнейшим видом внешней речи является публичное выступление (речь).

Публичная речь представляет собой устное выступление, в котором оратор средствами языка влияет на определенную группу людей. Вопросами подготовки и проведения публичного выступления еще во времена Древней Греции и Рима занималась риторика, которая представляет собой теорию и искусство ораторского выступления. Современная риторика – теория и мастерство эффективного (целесообразного, гармоничного) выступления.

Главная цель публичного выступления руководителя - повлиять на аудиторию. Чтобы достичь такой цели, публичная речь должна соответствовать следующим критериям [44, с. 59]:

□ содержание. Наихудшей ошибкой оратора является бессодержательный выступление, «переливание из пустого в порожнее»;

□ ясность и точность. Ясность предусматривает использование известных слов, в-употребляемых оборотов литературного языка. Точность речи - отсутствие лишних, неопределенных, двусмысленных слов и

высказываний. Точность словоупотребления определяется знанием предмета, логикой мышления, умением подбирать нужные слова. В процессе общения, выступая часто приходится разъяснять то или иное понятие, поэтому необходимо овладевать приемами объяснения слов;

□ логичность - такая связь между предложениями, когда образуется единый текст, а каждая последующая часть с необходимостью вытекает из предыдущей, что обеспечивает последовательное развитие мысли

□ простота и понятность. Простота оказывается в доступности речи для слухового восприятия, то есть естественности слов, четкости изложения, отсутствие вычурности, чрезмерной наукообразности, узкоспециальных терминов, лишних иностранных слов. Общая понятность языка определяется отбором языковых средств. Учет особенностей состава аудитории позволяет четко очертить круг использования профессионализмов. С понятностью речи связана и его чистота, отсутствие лишних слов, слов-паразитов [29, с. 44].

□ краткость - это отсутствие второстепенных деталей, которые не касаются основного содержания, а не продолжительность вещания во времени. Коротким будет восприниматься насыщенное актуальным материалом и представленное в интересной форме выступление.

□ богатство языка - разнообразие лексико-фразеологических и грамматических средств;

□ эмоциональность и наглядность. В публичном выступлении нельзя разрывать рациональное и чувственное. Их объединение можно достичь использованием наглядности: привлечением дидактических материалов, обращением к примерам, опыта аудитории. При этом эмоциональность изложения подкрепляется активизацией зрения и слуха качестве основных каналов чувственного восприятия информации.

□ живость изложения - выразительность речи, отсутствие шаблонов, штампов, слов-паразитов, использование в выступлении слов и ярких выражений литературного языка.

□ уместность - соответствие целям и задачам публичного выступления, особенностям аудитории [42, с. 31].

Любая публичная речь является взаимодействием трех основных элементов: автора; аудитории; речи. В риторике это называется «риторическим треугольником» (рисунок 1.1).

Успех публичного выступления определяется уровнем подготовки и мастерства оратора, которого в риторике называют оратором или ритором. Предпосылками успеха являются:

- соответствие выступления общим требованиям к публичной речи, законам логики, психологии, педагогики, стилистики;
- манера свободно держаться на трибуне, умение владеть голосом, жестами, мимикой;
- способность к управлению аудиторией, умение отвечать на вопросы, вести дискуссию, полемику.

Рисунок 1.1 – Риторический треугольник

Аудитория представляет собой группу людей, которой руководитель адресует свое обращение. Для того, чтобы реализовать цель публичного выступления (воздействие на аудиторию), руководителю необходимо учитывать:

- численный состав аудитории;
- степень ее однородности по образованию, профессиональной принадлежности, полу и т.д.;
- место проведения встречи
- время встречи;
- предварительную осведомленность аудитории о теме выступления;
- заинтересованность, мотивированность;
- степень организованности и тому подобное [15, с. 102].

Для такого публичного выступления, которое всегда достигает своей цели, бизнес-лидерам необходимо овладеть навыками эффективного взаимодействия с аудиторией и восприятия обратной связи. Необходимо не просто учитывать особенности аудитории, а «считывать» ее реакции [1, с. 57].

Для этого полезно освоить такие техники, как калибровка и пристройка. Калибровка это технический термин, означающий тонкое измерение чего-либо. В контексте бизнес-риторики - это способность находить наименее тонкие различия между двумя и более близкими стимулами. Для того, чтобы правильно понимать и чувствовать собеседника, надо внимательно смотреть и слушать. Также крайне важным для специалистов в сфере бизнеса, которым часто приходится вести переговоры, является понимание необходимости постоянно совершенствовать внимание и остроту сенсорных ощущений.

Пристройка - синхронизация в процессе общения вербальных и невербальных признаков для создания ситуации доверия. Это можно сравнить с отражением. «Отражать» можно, но незаметно для собеседника:

- вербальные признаки (манера высказывания, отбор языковых средств, типичные высказывания;
- невербальные признаки (поза, жесты, движения, темп речи, высота голоса, дыхания и т.д.) [13, с. 44]
Качественно проведенная пристройка создает рапорт. Рапорт – это такое общение с партнером, которое происходит как взаимодействие системы из двух или более элементов. Взаимодействие с партнерами внутри системы позволяет, изменяя что-то в своем поведении, влиять на другую сторону общения, а значит, управлять ею [9, с. 96].

Речь является третьим элементом публичной речи. Речь представляет собой те тезисы, которые автор предлагает аудитории, и те аргументы, с помощью которых он убеждает слушателей в истинности своих взглядов и ложности тех, противостоящих или противоречащих им. В риторическом же плане речь является тем элементом, который объединяет отдельные элементы риторического треугольника проблема в одну систему. Только наличие риторической проблемы объединяет автора, аудиторию и речь. Риторическая деятельность начинается с осознания риторической проблемы: кто (так определяется автор), кого (аудитория) и в чем (речь) должен убедить. Необходимо правильная формулировка темы будущего выступления: она должна быть простой, максимально лаконичным и соответствовать содержанию речи. Необходимо также четко сформулировать цель выступления и главную идею. Чтобы публичное выступление руководителя достигло своих целей, оно должно соответствовать вышеприведенным требованиям.

1.2 Стили общения менеджеров с аудиторией и культура речи

Руководитель, выступающий перед аудиторией, должен выработать свой способ общения со слушателями. Данные способы могут быть разделены на две большие группы.

Представители первой группы стремятся подчинить аудиторию себе. При этом такие руководители учитывают ее непосредственную реакцию, однако, предпочитают управлять реакциями слушателей. Обычно такие ораторы они не допускают вольностей в поведении и речи. Данный стиль охарактеризовать как авторитарный.

Менеджеры, принадлежащие ко второй группе, в известной мере сами подчиняются аудитории. Они располагают более разнообразным выбором вариантов поведения в процессе выступления, ответов на вопросы, произнесения речи. Заметно ориентируются на реакцию аудитории, имеют более гибкую, личностную манеру общения. Такой стиль определяется как демократический.

Оба стиля общения с аудиторией имеют свои преимущества и недостатки. Излишняя независимость от слушателей может сделать менеджера нечувствительным к интересам слушателей. И, напротив, стремление же во всем следовать реакциями аудитории может привести к потере авторитета и эффекта от выступления. Руководитель должен сам выбрать стиль общения в зависимости от типа своего темперамента, характера и индивидуальных качеств [22, с. 87].

Также большую роль в эффективном выступлении играет и культура речи. Уметь правильно говорить, утверждал выдающийся римский оратор Цицерон, еще не заслуга, «а не уметь - уже позор, потому что правильное выступление не столько достоинство качественного оратора, сколько признак

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Абрамова Ю.К. Публичные выступления руководителя /Ю.К. Абрамова, О.П. Черникова //Научный обозреватель. – 2016. – № 12 (72). – С. 57-58.
2. Агаев А.А. Деловая культура и эффективная экономика: материалы V международной научно-практической конференции/ А.А. Агаев. – Киров, 2016. – 179 с.
3. Айвазян О.О. Особенности установления контакта в публичном выступлении: приемы управления аудиторией /О.О. Айвазян, В.А. Бондаренко //Интегрированные коммуникации в спорте и туризме: образование, тенденции, международный опыт. – 2018. – Т. 1. – С. 14-15.
4. Андреева Г. М. Социальная психология / Г.М. Андреева – М. : Аспект-пресс, 2004. – 366с.
5. Апресян Г. З. Ораторское искусство / Г.З. Апресян. – СПб.: Питер, 2015. – 280 с.
6. Бабиц Н. Д. Культура профессионального вещания: учеб. пособие для студ. высших учеб. пособие / Н. Д. Бабиц, К. Ф. Герман, М. В. Скаб (ред.). – 2. вид. – Черновцы: Книги - XXI, 2016. – 496 с.
7. Безгодова Н. С. Формирование профессиональной речи будущих учителей естественного профиля: Дис. канд. пед. наук: 13.00.02 / Н.С. Безгодова. – Херсон, 2012. – 267 с.
8. Бороздина Г. В. Психология делового общения / Г. В. Бороздина. – М : Инфра-М, 2011. – 295 с.
9. Борисова Е. А. Эффективные коммуникации в бизнесе /Е.А. Борисова. – СПб.: Питер, 2005. – 208 с.

10. Братко О. С. Маркетинговая политика коммуникаций /О.С. Братко. – Тернополь: Карт-Бланш, 2016. – 275 с.
11. Брэддик У. Менеджмент организации /У. Брэддик. – М. : Инфра-М, 2017. – 336 с.
12. Вагапова, Д. Х. Риторика в интеллектуальных играх и тренингах / Д.Х. Вагапова. - М.: Феникс, Цитадель-трейд, 2014. - 464 с.
13. Васильева Е.А. Деловая риторика в деятельности государственных служащих / Е.А. Васильева, Н.С. Перепичай. Донецк: Наука, 2009. – 118 с.
14. Вахницкая М. Г. Профессионально-речевая подготовка педагога в условиях многоязычия: Автореф. дис. на получение наук.степени канд. пед. наук: спец. 13.00.02 «Теория и методика обучения» / М.Г. Вахницкая; Херсон. гос. ун-т. - Херсон, 2017. - 23 с.
15. Викторова Л. В. Формирование профессионально-терминологической компетентности студентов высших аграрных учебных заведений в профессиональной подготовке: Дис. канд. пед. наук: 13.00.04 / Л.В. Викторова. - Киев, 2009. - 257 с.
16. Винслав Ю. Б. Становление отечественного корпоративного управления: теория, практика, подходы к решению ключевых проблем /Ю. Б. Винслав // Российский экономический журнал. 2001. - № 2. – С. 15 - 28.
17. Гасанов Г.С. Современные тенденции развития корпоративной культуры крупных бизнес-структурах/ Г.С. Гасанов // Вопросы культурологии. 2008. – № 6. – С.61-63.
18. Градобитова Л.Д. Деловые культуры в условиях глобализации международных экономических отношений: Учебное пособие / Л.Д. Градобитова, Н.А. Пискулова– М.: МГИМО(У)МИД России, 2015. – 115 с.
19. Десяева Н. Д. Культура речи педагога: учебное пособие для студентов высших учебных заведений / Н. Д. Десяева, Т. А. Лебедева, Л. В. Ассуирова. - М. : Издательский центр «Академия», 2013. - 189 с.
20. Иванова Н.Н. Методика подготовки и представления доклада, содоклада, информации, выступления на коллегию облгосадминистрации, сессию и коллегию областного совета для начальников отделов, управлений облгосадминистрации / Н.Н. Иванова, В.В. Лыков. – Донецк: ДГУ, 2011. – 21 с.
21. Каменская, Е.Н. Психология и этика делового общения / Е.Н. Каменская. – Ростов н/Д : Феникс, 2011. – 155 с.
22. Канова А.А. Установление контакта с аудиторией как основа успеха публичного выступления/ А.А. Канова //Экономика развития. – 2010. – № 3-55. – С. 87-88.
23. Киселева Л. Д. Педагогический совет как жанровая разновидность публичного профессионального полилога: Автореф. дис ... канд. пед. наук / Л. Д. Киселева. – Ярославль: Речь, 2014. - 24 с.
24. Климкина Е. В. Формирование профессионально-речевой культуры педагога в процессе обучения в вузе: дис. канд. пед. наук: 13.00.08 / Е.В. Климкина. - М.: Академия, 2011. - 171 с.
25. Коваль А. П. Культура деловой речи/А.П. Коваль. - М.: Высшая школа, 2012. - 296 с.
26. Ладанов И. Д. Практический менеджмент /И.Д. Ладанов – М. : Издательство «Элник», 2014. – 312 с.
27. Лесной М. И. Критерии и уровни сформированности культуры профессиональной речи студентов высших медицинских учебных заведений /М.И. Лесной// Современные информационные технологии и инновационные методики обучения в подготовке специалистов: методология, теория, опыт, проблемы. - Киев - Винница, 2015. - Вып. 7. - С. 370-376.
28. Лесной М. И. Педагогические условия развития культуры профессиональной речи студентов-медиков в высших учебных заведениях /М.И. Лесной // Научные записки ВГПУ. Серия: Педагогика и психология. - Винница, 2005. - Вып. 12. - С. 32-34.
29. Ломов Б. Ф. Общение и социальная регуляция поведения индивида /Б.Ф. Ломов// Психологические проблемы социальной регуляции поведения. М.: Наука, 2017. – 234 с.
30. Михальская А. К. Основы риторики / А. К. Михальская. - М. : Просвещение, 2016. - 416 с.
31. Михальская А. К. Сравнительно-историческая риторика / А.К. Михальская. - СПб: Питер, 2013. - 320 с.
32. Москвин В. П. Риторика и теория коммуникации. Виды, стили и тактики речевого общения / В.П. Москвин. - Москва: Огни, 2015. - 218 с.
33. Мучник Б. С. Культура письменной речи. Формирование стилистического мышления / Б.С. Мучник. - М.: Аспект пресс, 2016. - 176 с.
34. Мюллер А. Организационная коммуникация /А. Мюллер. – М. : Гуман. Центр, 2015. – 438 с.
35. Петрунин, Ю.Ю. Этика бизнеса : учебник / Ю.Ю. Петрунин, В.К. Борисов. – 4-е изд., перераб. и доп. – М. : ТК Велби, Изд-во Проспект, 2008. – 210 с.
36. Психология и этика делового общения / под ред. Лавриненко В.Н. – М.: ЮНИТИ, 2018. – 279 с.
37. Пожарский С. О. Формирование умений публичного выступления на профессиональную тему: защита ВКР /С.О. Пожарский // Молодой ученый. – 2016. – №14. – С. 562-564.

38. Почепцов Г. Г. Теория коммуникации /Г.Г. Почепцов. – М. : Рефл-Бук, 2016. – 656 с.
39. Почеткова В.С. Оценка качества подготовки выпускников через создание фондов оценочных средств по выпускной квалификационной работе (опыт ФИПЭ ФСИН России) /В.С. Почеткова // Ведомости уголовно-исполнительной системы. – 2014. – №7 (146). – С.17-22.
40. Пригожина К.Б. Из опыта подготовки аспирантов к публичным выступлениям на иностранном языке/К.Б. Пригожина //Высшее образование в России. – 2015. – № 7. – С. 50-55.
41. Прокопчук Л. В. Риторика. Модульный курс: учебное пособие / Л. В. Прокопчук. – Винница: Нилан-ЛТД, 2017. – 206 с.
42. Снетков В. М. Психология коммуникации в организациях: Учеб. пособие /В.М. Снетков. – СПб. Ун-т ИД, 2010. – 112 с.
43. Степанова Е. Н. Воспитательный процесс: изучение эффективности: Методические рекомендации / Е. Н. Степанова.- Москва: ТЦ «Сфера», 2012. – 128 с.
44. Степанов, А. Спутник оратора / А. Степанов, А. Толмачев. - Москва: ИЛ, 2012. - 352 с.
45. Суходольский Г. В. Организационная психология /Г.В. Суходольский. – М.: Гуман. центр, 2014. – 256 с.
46. Тажутдинова Д.Б. Как побороть неуверенность перед публичным выступлением?/ Д.Б. Тажутдинова, С.А. Медведева //Вестник образовательного консорциума Среднерусский университет. Серия: Гуманитарные науки. – 2015. – № 5. – С. 52-54.
47. Трофимов В.К.Деловая этика. – Ижевск : ФГБОУ ВПО Ижевская ГСХА, 2012. – 352 с.
48. Урбанович А. А. Психология управления: учебное пособие /А.А. Урбанович. – Минск: Харвест, 2017. – 640 с.
49. Халин С. М. Методика публичного выступления: учебн. пособ. / С. М. Халин. – 2-е изд., перераб. – Тюмень: Тюменский гос. ун-т, 2006. – 70 с.
50. Шепель В. М. Коммуникационный менеджмент /В.М. Шепель. – М.: Гардарики, 2014. – 352 с.

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://stuservis.ru/diplomnaya-rabota/70199>