**2-Дәріс тақырыбы:** Коммуникативті компетенттілік ұғымы.

Қарастырылатын мәселелер:

1.Бизнес әлеміндегі сәттіліктер мен сәтсіздіктердің орны.

2.Бизнес адамның имиджі. Имиджелогия және бизнес.

3.Конгруэнтты имидж және конгруэнтты емес имидж.

Бизнес әлеміндегі сәттіліктер мен сәтсіздіктер өзіндік сана-сезімі ерте замандарда-ақ философтарды, оқымысты ғалымдарды, өнер адамдарында өзіне қарата біліді. Сана және өзіндік сана-сезім- философияның, психологияның және әлуметтанудың ортақ мәселелерінің бірі. Оның мәні сана және өзіндік сана туралы білім тек көптеген маңызды теорялық сұрақтарды ғана емес, сондай-ақ өмірлік позицияны қалыптастырумен байланысты практикалық міндеттерді де шешудің әдістемелік негізін құрайтындылығына негізделген.

Жетістікке ұмтылушылықтың негізінің бірі болып табылатын компоненттің бірі- өзіндік сана мен өзіндік тану қабілеттілігін – адамның ерекше игілігі, яғни өзінің өзіндік сана сезімінде ішкі қатынас пен іс-қимылдың, сананың субъектісі ретінде, өзіне тікелей қатынас орнатушы ретінде ұсынады.

Табандылық **–** жетістікке жетудің ең керекті қоспаларының бірі болып табылады. Табандылықты осыншалықты тиімді ететіндей, артында қандай құпия, сыр жатыр? Жауап қайтару қиын, алайда табандылық қасиетіне ие адамдар, жетістікке жететін адамдар деп толық сенімділікпен айта аламын, дейді Джон Кэхо.

Жетістік пен байлыққа жету барысында, көптеген мүлтіктер, қиыншылықтар және көңіл қалатын жәйттер болады. Бірі білінбейтін салдары бар жеңіл қиыншылықтар болса, Енді бірі өте ауыр, бар табандылық, ерліктеріңізді, сенімділіктеріңізді талап ететін қиыншылықтар болады.

Барлық ірі компаниялардың жетістікке апарған көшбасшылары бар. Қазіргі таңда сол тұлғалар компанияның жырына айналып, адамдарға шабыт сыйлайды.

Рөлді үлгілер – жетістікке жетудегі мықты және ең тиімді қадам болып табылады. Өйткені бізге шабыт сыйлап, алдыға жылжуға түрткі болады.

Көптеген зерттеулерде, атап айтқанда, А.Маслоу, Л.Божович, В.Ильин, Н.Морозова, Н.Хмель, Г.Щукина және т.б. еңбектерінде жетістікке, сәттілікке ұмтылу деңгейін әр-түрлі қызығушылықты қалыптастыру мәселелері арқылы қарастырады. Олар оқу-танымдық, кәсіптік, қоғамдық-саяси, көркемдік–эстетикалық қызығулар және еліктеумен сипатталады деп көрсетілген.

Әлеуметтік психологиядағы Б.Ф.Ломов, Т.Ю.Базаров, Т.С.Кабаченко, P.Л.Кричевский, A.B.Филиппов және олардың басқару теориялары; А.И.Донцов, A.Л.Журавлев, Е.А.Климов, С.К.Сергиенко, В.Д.Шадриков және де басқа әлеуметтік психологиядағы ұйымдастыру мен кәсіби әрекет теориялары; A.A.Бодалев, A.A.Деркач, В.Г.Зазыкин, Л.Г.Лаптев сияқты ғалымдардың психологиялық-акмеологиялық келісі; К.А.Абульханова–Славская, Г.М.Андреева, А.Г.Асмолов, A.A.Бодалев, А.М.Столяренко сияқты ғалымдарының тұлға психологиясы мен олардың тұлғалық бағыт–бағдар теориялары; А.В. Быков, В.П.Подвойский, Е.А.Орлова сияқты ғалымдардың жетекші тұлғасы теориялары мен имидж психологиясы зерттеу жұмысымыздың теориялық және әдіснамалық негізі бола алады

Жетістікке, сәттілікке ұмтылу деңгейінде тұлғаның ішкі жан дүниесі және оның

Қоғамдық-әлеуметтік іс-әрекетті өзінің механизмдерінің бірі деп жетістікке ұмтылуды жеке қарастыру мүмкін емес. Оның негізінде мотив жатады. Жалпы алғанда, мотив дегеніміз индивидті белгілі бір әрекеттерге итермелейтін, ішкі күш. Ал, мақсат адамның бір нәрсеге бағытталуы, ал мотив оның не үшін керек екенін, яғни өзіңе маңызды белгілі бір белсенділіктің мағынасы. Мотивациялық компоненттер әр адамның психикалық іс-әрекетінің доминанты болып келеді және оның ұштылуларында, оқуында, профессионалды іс-әрекетінде, мінез-құлығында, өмір сүру салтында маңызды роль атқарады. Осылардың әсері арқылы,индивид кедергілерді жеңіп,нақты бір шешімдерге жету үшін күш салады. Мотивациялық компоненттер өзінің топтық белгілері бойынша,процесстер,күйлер немесе тұрақты құрылымдар ретінде көрінуі мүмкін. Олардың кейбіреулері туа пайда болуы мүмкін, мысалы: кейбір қажеттіліктер, бірақ олар әлеуметтік жағдайлардың әсерінен қатты өзгеретіндігін естен шығармау қажет.

Жетістікке ұмтылушылық ерекшеліктерінің теориялық әдіснамалық сипаты бола алатын «мотивация» дамуының динамикасы үш кезеңнен тұрады. Атап айтқанда: бірінші, мотивтердің пайда болуы, қалыптасуы, екінші қажеттілікті тудырушы затқа жету, үшінші қажеттіліктердің қанағаттандыруы. Ал, мотивацияның пайда болуы біріншіден, ішкі шиеленісушілікті тудырады, екіншіден, қажетті затқа эмоционалдық қозуды тудырады, үшіншіден, қажеттілік қанағаттандырылған соң эмоционалдық қызығушылық бейтарап қалыпқа түседі немесе ләззат алу, шаттану сатысына көтеріледі.

Мотивацияның өзгеруі ішкі шиеленісушілікті қоздырып, қажетті құбылыстың маңыздылығымен және оған деген бағыттылықпен анықталады. В.К.Вилюнас мотивациясының осы маңызды компоненттерін қажеттіліктің қанағаттануының өтпелі және аяқталушы фазасы деп атады. Маңыздылық пен бағыттылық жеке тұлғаның интегралды құрылымында базальды үш деңгейді құрайды: «организм -индивид -жеке тұлға» .

Ал, А.Т.Москаленко мен В.Ф.Сержантовтың пікірінше, бұл деңгейлер «Меннің» төмендегідей компоненттерін құрайды, олар:

1.Витальды «Мен» -индивидтің негізгі қызметтерінің жүйесі;

2. Рефлексивті «Мен» -витальды және аксиологиялық элементтер арасындағы байланыстар жүйесі;

3.Аксиологиялық «Мен» -тұлғаның құндылық бағдар жүйесі;

Психология ғылымында қажеттіліктерді зерттеудің екі тәсілі бар. Оның бірі-индивидтің сақталуы мен дамуына бағытталған мұқтаждықтарды қанағаттандырудың объективті формасы; екіншісі –мотивацияның нақты механизмдерімен белгіленіп, индивидтің субъективтік жай-күйін бейнелейтін қажеттіліктер.

Қажеттілік қанағаттану процесін сипаттайтын осы үш көрсеткішке сай жеке тұлғаның құрылымдық деңгейлері келесі үш жүйені құрайды:

1.Заттық (витальды) қамтамасыз етілу ;

2.Әлеуметтік қамтамасыз етілуі;

3.Жеке тұлғалық (рухани) қамтамасыз етілу.

Аталған жүйелердің алғашқы екеуі көмескі сипатта болады. Олардың гедонистік қызметінің екі жақты сипаты витальды және әлеуметтік қажеттілліктер объектісі болып табылатын жеке тұлғаның мәнділік жүйесінің екі жактылығына әкеп соқтырады.

Әлеуметтік ортаға қатысты жеке адамның қасиеттерін, ерекшеліктерін жетілдіру – имиджелогияның басты міндеті. Имиджелогия - адамды өз басын меңгеруге, бойындағы қасиеттерін бағалауға және дамытуға баулитын ғылым ретінде.

Бизнес имиджінің сипаты: ұжымдық, құралдық, жемістілік.

Бизнес имиджінің бейнелеу деңгейлері. Бизнес имиджінің дамуы және пайда болуы. Бизнес имиджінің процестері. Ішкі дайындық (установка) түсінігі (Д.Н. Узнадзе). Бизнес имиджінің реттеудегі саналы ұғынылған және ұғынылмаған процестердің арақатынасы.

Ұжым имиджі мәселелері. Қоғамдық және индивидуалды сана. Ұжым имиджінің туындау шарттары: ұжымдық еңбек іс­әрекеті және тіл. Іс­әрекет пен сана бірлігі принципі.

Мемлекеттер имиджі психологиялық сипаттамасы. Мемлекеттер имиджі бейненің құрылымы: сезімталды ұлпа, жеке бастық мағына. Олардың әлемнің саналы саналы көрінісін құрудағы рөлі.

Жетістік пен сәттілік– іскер адамның мотивациясы ретінде. Медитация –визуализациялар: «Мен жүзіп бара жатқан кеме»; «Мешіттегі данышпан»; «Тау шыңы»; «Ішкі әлем бейнесі».Сергіту жаттығулары, немесе психогимнастикалар. Музыкатерапия элементтерін қолдану сипаттары.

Іскер адамның имиджі

Ол әрқашан биікте. Оның шаруасы өте көп, бірақ ол бәріне үлгереді.Ол өзіне сенімділік танытады және өз ісінің шебері. Бұл айналадағы адамдардың іскер адам жайлы ойлауы. Егер сіз өзіңізді іскер адам деп ойласаңыз, өзіңіздің жеке имиджіңізді қалай реттеу керек екенін білмеген жағдайда не істеу қажет? Оның шығу жолы мен бүгінгі таңдағы табыс пен беделдің неге байланысты екенін талқылап көрейік.

Іскер адамның имиджі мен этикеті

Имидж сөзінің нақты аудармасы басқа бір образды білдіреді, яғни айналадағылардың айтып жатқан тұлға жайындағы көрінісі. Имидж түсінігіне тек түр-сипат ғана емес, сонымен қатар жеке және кәсіби сапалары жатады. Дәл осы бөлшектерден образ құрылады. Оны құрудың не қажеті бар?Психологияда орналастыру деген түсінік бар. Адамда имиджге қатысты басқа біреу жайлы өз пікірі қалыптасқанда, ол мінез-құлықтың нақты үлгісін сол нақты тұлғаны таңдайды. Яғни, егер сіз өзіңізді өз ісінің шебері, тамаша әңгімелесуші, сондай-ақ киім үлгісінде талғамы жоғары деп ұсынсаңыз, онда сізге құлақ асып, тартылады. Бұл қабілетті аудиторияға әрекет етіп айқындалған пайдаға қол жеткізу кезінде қолданса болады. бірақ, іскер адамның имиджі мен беделі екеуі бір-бірінен туындайтынын ұмытпаған жөн. Олар көп уақыт аралығында жұмыс істелінсе, бір минут ішінде жоғалтым алуымыз мүмкін. Айналадағылар көретін жұмысқа, жауапкершілікпен қараған дұрыс.

Іскер адамның имиджін құру

Айтып жатқандай,қазіргі іскер адамның имиджі бірнеше бөліктен тұрады - түр-сипат, сөйлеу, жеке және кәсіби сапа. Адам жайлы айтуға мүмкіндік беретіннің бәрі жеке болып саналады. Іскер адамның имиджі бірнеше этаптан тұрады. Соңында әрбір бөлшектің бәрі идеалды жағдайда болуы керек.

1.Түр-сипат. Киімге қарап қарсы алатыны белгілі. Сізді көрген беттен бастап сіз туралы қандай көзқарас қалыптасады. Сол себептен, іскер адамның жақсы түр-сипатының бірнеше ережесін білген абзал.

2.Сөйлеу. Ауызын ашпағанға дейін адам туралы жақсы сыртқы көзқарас туындайды. Бір-екі дұрыс айтылмаған сөзден кейін, бірінші көзқарасын сол арада бұзылады. Сондықтан, іскер адамға дұрыс сөйлей білу маңызды:

-әңгіменің не туралы екенін білмесен, әңгімеге кіріспе. Басқа жағынан, не жайлы әңгіме болып жатқанын білсеңіз, әңгімелесушілеріңізге көрсете аласыз.

-әңгімелесушілеріңізді сыйлаңыз. Мұқият тыңдаңыз, сыпайы және әдептілік сақтаңыз.

-сіздің сөйлеу мәнеріңізді тамаша әрлеуі метафора, образдар және әртүрлі салыстырмалар болып табылады.

-Паразиттік және шаблондық сөздерден аулақ болыңыздар.

-Білетін ақпаратты бұрмаламай және тек шындықты айтуға тырысыңыз.

3. Кәсібишілік. Мансап жасай бастаған сферада сіз өзіңіздің білетіңізді дипломдарыңызбен сертификаттырыңызбен емес, өзіңіздің біліміңіз бен іс әрекеттіңізбен дәлелдей аласыз. Сіз білетін және істей алатын нәрсені айналадағылармен әңгіме етпеңіз. Өз ісіңіздің маманы екенін, өзіңіздің жетістіктеріңізбен дәлелдеңіз.

Басында біз өзіміздің атымызға қызмет етеміз, ал одан кейін атымыз бізге қызмет етеді деген керемет мәтел бар. Жақсы жұмыс істеп пайдасын көру іскер адамның имиджін құрайтын нәрселер. Адамгершілік әсерлілікті шартты түрде бірнеше құрауыштарға бөлуге болады - сыртқы көріктілік, көшбасшылық қабылдау, стрессті тұрақтылық, тез арада жаңа жұмысқа және ұжымға үйрену, бейтаныс жерде өзіне деген сенімділік, оппозициондық көзқарасқа төзімділік. Егер сіз өзі іскер адам имиджін құрғыңыз келсе, осы айтылған нәрселерден бастау алу қажет.

**Ұсынылатын әдебиеттер:**

1.Петрунин Ю.Ю. Этика бизнеса: Учебник. 4-е изд. / Ю.Ю. Петрунин, В.К. Борисов. – М.: ТК Велби, Проспект, 2007. – 352 с.

2.Подопригора М.Г. Деловая этика. Уч.пособие. Таганрог: Изд-во ТТИ ЮФУ, 2012. – 116 с.

3.Психология и этика делового общения: Учебник для вузов/ Под ред. проф. В.Н.Лавриненко. -4-е изд., пер. и доп. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005. – 415 с.

4.Семенов А.К. Психология и этика менеджмента и бизнеса: Учебное пособие / А.К. Семенов, Е.Л. Маслова. – М.: Дашков и Ко., 2007. – 276 с.