



GIÁO TRÌNH MÔN HỌC **KỸ NĂNG GIAO TIẾP**

TRÌNH ĐỘ TRUNG CẤP
NGHỀ: KỸ THUẬT MÁY LẠNH VÀ ĐHKK



Ban hành theo Quyết định số 1955/QĐ-CĐGTVT-TWI-ĐT ngày 21/12/2017
của Hiệu trưởng Trường Cao đẳng GTVT Trung ương I

Hà Nội, 2017

MỤC LỤC

Lời giới thiệu	01
Chương 1. Giao tiếp với xã hội	02
1. Khái niệm và vai trò của giao tiếp.	02
1.1. Khái niệm giao tiếp.....	02
1.2 Vai trò của giao tiếp.....	04
1.2.1 Vai trò của giao tiếp trong đời sống xã hội.....	04
1.2.2. Vai trò của giao tiếp trong đời sống mỗi cá nhân.....	04
2. Phân loại giao tiếp.....	05
2.1. Phân loại giao tiếp theo tính chất tiếp xúc.....	05
2.1.1. Giao tiếp trực tiếp	05
2.1.2. Giao tiếp gián tiếp	05
2.2. Phân loại giao tiếp theo qui cách giao tiếp.....	06
2.2.1. Giao tiếp chính thức.....	06
2.2.2. Giao tiếp không chính thức.....	06
2.3. Phân loại giao tiếp theo theo số lượng người tham gia giao tiếp và tính chất của mối quan hệ giữa họ.....	06
2.4. Phân loại giao tiếp theo vị thế.....	07
2.5. Nguyên tắc của giao tiếp.....	07
2.5.1. Nguyên tắc tôn trọng đối tượng giao tiếp	07
2.5.2. Nguyên tắc nhạy bén đồng cảm trong giao tiếp.....	08
2.5.3. Nguyên tắc thiện chí trong giao tiếp.....	08
2.5.4. Nguyên tắc hướng tới giải pháp tối ưu.....	08
2.5.5. Nguyên tắc tôn trọng giá trị văn hóa.....	08
3. Các hình thức giao tiếp thông thường.....	09
3.1. Chào hỏi.....	09
3.1.1. Vai trò, ý nghĩa và phương pháp chào hỏi trong giao tiếp.	09
3.1.2. Hướng dẫn thực hành chào hỏi.....	09
3.2. Bắt tay.....	10
3.2.1. Vai trò, ý nghĩa và các kiểu bắt tay trong giao tiếp.....	10
3.2.2. Hướng dẫn thực hành bắt tay.....	11
3.3. Giới thiệu.....	11
3.4. Trao đổi danh thiếp.	12
3.4.1. Cách trao và nhận danh thiếp.....	12
3.4.2. Các kiểu danh thiếp.....	13
3.4.3. Hướng dẫn thực hành trao danh thiếp.....	13
3.5. Giao tiếp bằng điện thoại.....	14

3.5.1. Gọi điện thoại.....	14
3.5.2. Nhận điện thoại.....	15
3.5.3. Những điều cần chú ý khi sử dụng điện thoại.....	15
3.5.4 Hướng dẫn thực hành giao tiếp bằng điện thoại.....	15
4. Kỹ năng gây thiện cảm trong giao tiếp.....	16
4.1. Tạo thiện cảm trong giao tiếp.....	16
4.2. Sử dụng giao tiếp phi ngôn ngữ để tạo thiện cảm khi giao tiếp.....	17
4.2.1. Giao tiếp bằng mắt.	17
4.2.2. Nét mặt.....	19
4.2.3. Nụ cười	19
4.2.4. Ăn mặc.....	20
4.2.5. Tư thế và động tác.....	20
4.3. Năm nguyên tắc để tạo thiện cảm ban đầu khi giao tiếp.....	21
5. Giao tiếp với khách hàng.....	21
5.1. Kỹ năng quan sát.....	21
5.2. Kỹ năng gọi mở vấn đề	22
5.3. Kỹ năng đặt câu hỏi.	23
5.3.1. Các loại câu hỏi.....	23
5.3.2. Cách dùng câu hỏi và vai trò của câu hỏi trong giao tiếp.....	24
5.4. Kỹ năng trả lời câu hỏi.....	25
Câu hỏi ôn tập chương 1.....	27
Chương 2: Giao tiếp nội bộ	28
1. Giao tiếp nội bộ.	28
1.1. Kỹ năng giao tiếp với cấp trên.....	28
1.2. Kỹ năng giao tiếp với cấp dưới.....	29
1.3. Kỹ năng giao tiếp giữa các đồng nghiệp.....	30
1.4. Các nguyên tắc trong giao tiếp nội bộ.....	31
2. Kỹ năng thuyết trình và báo cáo miệng.....	32
2.1. Kỹ năng thuyết trình.....	32
2.1.1. Khái niệm thuyết trình.....	32
2.1.2. Các bước thuyết trình.....	32
2.2. Kỹ năng báo cáo miệng.....	37
2.2.1. Phần đầu.....	37
2.2.2. Phần nội dung.	37
2.2.3. Phần kết.....	37
2.2.4. Lưu ý khi trình bày báo cáo miệng.....	37
2.3. Hướng dẫn thực hành kỹ năng thuyết trình và báo cáo miệng.....	38
Câu hỏi ôn tập chương 2.....	38

Chương 3: Đàm phán	39
1. Khái niệm đàm phán	39
2. Các hình thức đàm phán	39
3. Các phương thức đàm phán kinh doanh	40
3.1. Đàm phán qua thư tín	40
3.2. Đàm phán qua điện thoại, điện tử tin học	41
3.3. Đàm phán trực tiếp	41
4. Cấu trúc của một cuộc đàm phán	41
4.1. Giai đoạn 1: Mở đầu	41
4.2. Giai đoạn 2: Truyền đạt thông tin	42
4.3. Giai đoạn 3: Lập luận	43
4.4. Giai đoạn 4: Vô hiệu hoá lập luận của đối tác	43
4.5. Giai đoạn 5: Ra quyết định	44
5. Tiến trình đàm phán kinh doanh	45
5.1. Chuẩn bị cho đàm phán	45
5.2. Tiến hành đàm phán	46
5.2.1. Đưa ra yêu cầu	46
5.2.2. Điều chỉnh yêu cầu	46
5.3. Ra quyết định kết thúc đàm phán và ký kết hợp đồng	47
6. Hướng dẫn thực hành đàm phán	48
Câu hỏi ôn tập chương 3	48
Chương 4: Quảng bá nghề nghiệp	49
1. Kỹ năng tạo Blog	49
1.1. Cách tạo và sử dụng Blog trên Yahoo	49
1.2. Cách tạo và sử dụng Blog trên Google	52
1.3. Hướng dẫn thực hành tạo blog	54
2. Kỹ năng viết thư tín	55
2.1. Khái niệm thư tín	55
2.2. Vai trò của thư tín	55
2.3. Phân loại thư tín	55
2.4. Kết cấu thư tín	55
2.5. Nguyên tắc và cách viết thư tín	56
2.5.1. Nguyên tắc viết thư tín	56
2.5.2. Cách viết thư tín	57
2.6. Viết một số loại thư cụ thể	57
2.6.1. Các thư về đặt hàng	58
2.6.2. Thư khiếu nại	58
2.6.3. Các loại thư xã giao	58

3.Kỹ năng quảng cáo hình ảnh.....	60
3.1. Khái niệm và chức năng của quảng cáo.....	60
3.1.1. Khái niệm.....	60
3.1.2. Chức năng.....	60
3.2. Các mục tiêu khi quảng cáo.....	60
3.3. Các công cụ quảng cáo.....	61
3.3.1. Khuyến mãi bán hàng.....	61
3.3.2. Chào hàng cá nhân.....	61
3.3.3. Marketing trực tiếp.....	61
3.3.4. Quan hệ cộng đồng.....	61
3.4. Thiết kế chương trình quảng cáo.....	62
3.4.1. Xác định thị trường mục tiêu.....	62
3.4.2. Xác định mục tiêu quảng cáo.....	62
3.4.3.Thiết kế thông điệp quảng cáo.....	63
3.4.4. Chọn lựa hỗn hợp công cụ.....	64
3.4.5. Chuẩn bị ngân sách.....	65
3.4.6. Quản lý và đánh giá.....	65
Câu hỏi ôn tập chương 4.....	65

LỜI NÓI ĐẦU

Trong xã hội, giao tiếp ứng xử con người với con người diễn ra trên mọi lĩnh vực của cuộc sống, trong sinh hoạt đời thường cũng như trong công việc. Giao tiếp vừa biểu hiện văn hóa của mỗi con người vừa biểu hiện mức độ văn minh của xã hội. Chính vì vậy, giao tiếp ứng xử là một mặt cơ bản của công tác giáo dục đào tạo.

Cùng với sự phát triển của xã hội, lĩnh vực kỹ năng giao tiếp trở thành đòi hỏi bức thiết của nhiều nghề. Nằm trong chương trình đào tạo nghề Điện dân dụng, môn học kỹ năng giao tiếp nhằm trang bị cho người học những kiến thức cơ bản về giao tiếp ứng xử, đồng thời rèn luyện kỹ năng vận dụng kiến thức môn học vào các tình huống giao tiếp hàng ngày cũng như trong hoạt động nghề nghiệp sau này. Ngoài ra sách còn có thể dùng làm tài liệu tham khảo cho giáo viên và sinh viên các khoa, ngành khác có quan tâm đến vấn đề này

Với thời lượng của môn học là 30 giờ giáo trình bao gồm 4 chương:

Chương 1: Giao tiếp với xã hội.

Chương 2: Giao tiếp nội bộ.

Chương 3: Đàm phán.

Chương 4: Quảng bá nghề nghiệp

Các nội dung thực hành được bố trí sau khi người học đã học xong phần lý thuyết giúp người học rèn luyện và củng cố kiến thức cho mình. Sau mỗi

chương là phần luyện tập gồm các câu hỏi nhằm giúp cho người học áp dụng các kiến thức đã học để từng bước hình thành các kỹ năng.

CHƯƠNG 1

GIAO TIẾP VỚI XÃ HỘI

1. Khái niệm và vai trò của giao tiếp.

Mục tiêu:

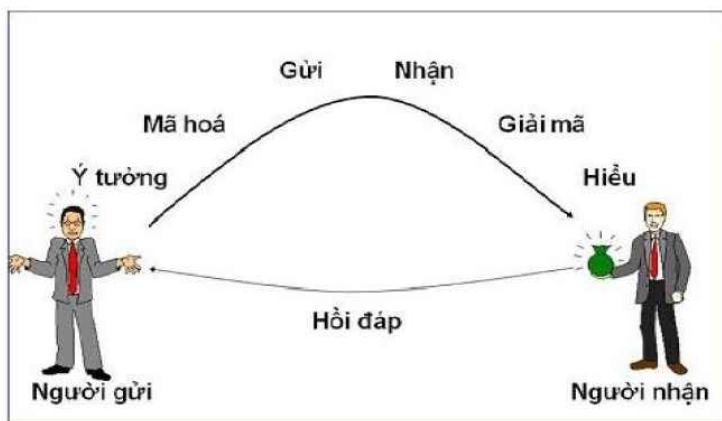
- *Trình bày được các quan niệm khác nhau về giao tiếp và khái niệm về giao tiếp.*
- *Thấy được tầm quan trọng của giao tiếp trong đời sống xã hội và trong mỗi cá nhân.*

1.1. Khái niệm giao tiếp.

Hiện nay có rất nhiều khái niệm và quan niệm về giao tiếp. Tùy theo từng lĩnh vực hoạt động, nghiên cứu khác nhau (kinh doanh, tâm lý, y học, giáo dục, xã hội học...) các tác giả đưa ra những khái niệm khác nhau về giao tiếp. Với tâm lý học, giao tiếp là một hiện tượng tâm lý phức tạp với nhiều mặt, nhiều cấp độ khác nhau. Trong kinh doanh, giao tiếp là hoạt động với nhiều loại người khác nhau, đảm bảo hai bên cùng có lợi. Giao tiếp trong kinh doanh vừa là một khoa học, vừa là một nghệ thuật. Nhà kinh doanh cần phải biết các nguyên tắc giao tiếp, các quy luật tâm lý và vận dụng các nguyên tắc đó một cách linh hoạt. Ngoài ra, trong quá trình sống và hoạt động, giữa con người với con người luôn tồn tại nhiều mối quan hệ. Đó có thể là quan hệ dòng họ, huyết thống, quan hệ hành chính – công việc; quan hệ tâm lý... Trong các mối quan hệ đó chỉ có một

số ít là có sẵn từ khi con người cất tiếng khóc chào đời (chẳng hạn quan hệ huyết thống, họ hàng) còn đa số các quan hệ còn lại chủ yếu được hình thành, phát triển trong quá trình con người sống và hoạt động trong cộng đồng xã hội thông qua các hình thức tiếp xúc, gặp gỡ, liên lạc với người khác. Tùy theo các lĩnh vực nghiên cứu khác nhau các nhà khoa học đưa ra các quan niệm khác nhau về giao tiếp.

Giao tiếp chính là một quá trình trao đổi thông tin hai chiều (giữa người gửi thông tin và người nhận thông tin). Quá trình trao đổi thông tin trong giao tiếp được minh họa theo sơ đồ sau:



Quá trình trao đổi thông tin này là một quá trình hoạt động tâm lý hết sức phức tạp, trải qua 3 trạng thái: một là trao đổi thông tin, tiếp xúc tâm lý; hai là hiểu biết lẫn nhau, rung cảm; ba là tác động và ảnh hưởng lẫn nhau. Nếu không thực hiện tốt hoặc không thực hiện đủ cả 3 quá trình này thì sẽ làm cho quá trình giao tiếp kém hiệu quả.

Người gửi muốn truyền ý nghĩa/ý tưởng của mình cho người khác thì phải mã hoá ý nghĩ đó thành lời nói, chữ viết hay các hình thức biểu hiện phi ngôn ngữ khác (ký hiệu, ám hiệu, điệu bộ...) gọi là thông điệp.

Thông điệp được gửi đến người nhận bằng nhiều kênh khác nhau như lời nói, thông báo, thư, điện thoại...

Người nhận nhận được thông điệp, muốn hiểu được thông điệp thì phải giải mã thông điệp đó. Giải mã là việc chuyển lời nói, chữ viết, hình ảnh của thông điệp sang dạng hiểu được. Giải mã là một quá trình phức tạp và thường là nguyên nhân chính gây hiểu sai, hiểu lầm trong giao tiếp (nói một đằng hiểu một nẻo, cùng một từ nhưng hiểu theo nhiều nghĩa khác nhau hoặc do các khác biệt về xã hội, giai cấp, trình độ văn hoá...)

Cuối cùng của giao tiếp là sự phản hồi/hồi đáp, người nhận phát tín hiệu cho người gửi biết rằng thông điệp của họ đã đến được đích.

Vậy giao tiếp là gì? Giao tiếp được hiểu là: *Quá trình truyền tải và tiếp nhận thông tin giữa người này với người kia, giữa một cá nhân với một nhóm người để từ đó các bên tham gia có thể có chung quan điểm, nhận thức về vấn đề được các bên đề cập tới.*

1.2 Vai trò của giao tiếp.

1.2.1. Vai trò của giao tiếp trong đời sống xã hội.

Xã hội là một tập hợp người có mối quan hệ qua lại với nhau. Nếu mỗi cá nhân trong xã hội sống đơn lẻ, không có mối quan hệ qua lại mỗi cá nhân chỉ biết mình mà không có sự quan tâm hoặc mối liên hệ với các cá nhân khác thì sẽ không phải là xã hội mà chỉ là một tập hợp rời rạc các cá nhân đơn lẻ. Mối quan hệ chặt chẽ giữa con người với con người trong xã hội còn là điều kiện để xã hội phát triển.

Ví dụ: Nền sản xuất hàng hoá phát triển được là nhờ có mối liên hệ chặt chẽ giữa nhà sản xuất với người tiêu dùng: người sản xuất nắm được nhu cầu của người tiêu dùng, sản xuất ra những loại hàng hoá đáp ứng nhu cầu đó, nghĩa là được người tiêu dùng chấp nhận và điều này thúc đẩy sản xuất phát triển.

Trong công tác xã hội, giao tiếp là công cụ đắc lực, là yếu tố cơ bản để thiết lập mối quan hệ hợp tác giữa nhân viên xã hội với đối tượng (cá nhân, nhóm, gia đình) cần giúp đỡ.

Hoạt động kinh doanh thực chất là hoạt động giao tiếp. Trong hoạt động của mình nhà quản lý giao tiếp với nhân viên để truyền đạt nhiệm vụ, động viên, khuyến khích nhân viên thực hiện tốt các nhiệm vụ đó. Nhà quản lý cũng cần thiết lập các mối quan hệ với các cơ quan, các tổ chức chính quyền nhằm tạo điều kiện cho hoạt động sản xuất kinh doanh mang lại hiệu quả. Nhà kinh doanh cũng cần giao tiếp với khách hàng, chúng ta hàng, đối tác dưới nhiều hình thức khác nhau. Vì vậy, một trong những phẩm chất cần thiết đối với nhà kinh doanh là kỹ năng giao tiếp.

1.2.2. Vai trò của giao tiếp trong đời sống mỗi cá nhân.

Trong đời sống của mỗi con người, vai trò của giao tiếp được biểu hiện ở những điểm cơ bản sau đây:

- *Giao tiếp là điều kiện để tâm lý, nhân cách cá nhân phát triển bình thường:*

Về bản chất, con người là tổng hoà các mối quan hệ xã hội. Nhờ có giao tiếp mà mỗi con người có thể tham gia vào các mối quan hệ xã hội, gia nhập vào cộng đồng, phản ánh các quan hệ xã hội, kinh nghiệm xã hội và chuyển chúng thành tài sản của riêng mình. Những trường hợp trẻ em bị thất lạc vào rừng, sống với động vật đã cho thấy rằng, mặc dù những đứa trẻ này vẫn có hình hài của con người nhưng tâm lý và hành vi của các em không phải của con người.

- *Trong giao tiếp mà các phẩm chất của con người, đặc biệt là phẩm chất đạo đức được hình thành và phát triển:*

Trong quá trình tiếp xúc với những người xung quanh, chúng ta nhận thức được các chuẩn mực đạo đức, thẩm mỹ, pháp luật tồn tại trong xã hội tức là những nguyên tắc ứng xử; biết được cái gì tốt, cái gì xấu, cái gì đẹp, cái gì không đẹp, cái gì nên làm, cái gì cần làm, cái gì được làm, cái gì không được, từ đó thể hiện thái độ và hành động cho phù hợp. Những tính cách như: Khiêm tốn hay tự phụ, lễ phép hay hỗn láo, ý thức nghĩa vụ, tôn trọng hay không tôn trọng người khác... chủ yếu được hình thành, phát triển trong giao tiếp.

Người xưa nói: “Con hư tại Mẹ, cháu hư tại Bà” cũng là vì Mẹ và Bà hay chiều con, chiều cháu, thường làm thay chúng những việc mà đúng ra là chúng phải làm và có thể làm được đáp ứng một cách thiếu nguyên tắc những đòi hỏi của chúng, dẫn đến việc chúng không nhận thức được giới hạn cần phải dừng lại trong các yêu cầu đòi hỏi của mình, từ đó sẽ có những hành vi, đòi hỏi vượt giới hạn cho phép tức là “hư”, “hỗn láo”.

- *Giao tiếp thoả mãn nhiều nhu cầu của con người:*

Những nhu cầu của con người như: nhu cầu thông tin, nhu cầu được thừa nhận, nhu cầu được những người xung quanh quan tâm, chú ý, nhu cầu được hoà nhập vào những nhóm xã hội nhất định... chỉ được thoả mãn trong giao tiếp. Chúng ta sẽ cảm thấy như thế nào nếu tự giam mình dù chỉ một ngày trong phòng, không gặp gỡ, tiếp xúc với ai, không liên hệ với ai qua điện thoại, không đọc sách báo, không xem ti vi? Chắc chắn đó sẽ là một ngày dài lê thê, nặng nề. Đó là vì nhu cầu giao tiếp của chúng ta không được thoả mãn. Theo các nhà tâm lý học sự phát triển nhu cầu giao tiếp là nhu cầu xuất hiện sớm nhất trong cuộc đời của mỗi con người. Ngay khi mới được sinh ra, đứa trẻ đã có nhu cầu được yêu thương, được an toàn; khoảng 2-3 tháng tuổi, đứa trẻ đã biết trò chuyện với người lớn. Những thiếu hụt trong tiếp xúc với người lớn ở giai đoạn ấu thơ sẽ để lại những dấu ấn tiêu cực trong tâm lý, nhân cách con người khi đến tuổi trưởng thành.

2. Phân loại giao tiếp.

Mục tiêu:

- *Trình bày và phân biệt được cơ sở của việc phân loại trong giao tiếp.*
- *Vận dụng được các nguyên tắc cơ bản trong giao tiếp.*

2.1. Phân loại giao tiếp theo tính chất tiếp xúc.

Theo theo tính chất tiếp xúc, giao tiếp được phân ra thành hai loại: *Giao tiếp trực tiếp và giao tiếp gián tiếp.*

2.1.1 Giao tiếp trực tiếp.

Giao tiếp trực tiếp là loại giao tiếp trong đó các chủ thể trực tiếp gặp gỡ, trao đổi với nhau. Ví dụ: Trò chuyện trực tiếp, thảo luận, đàm phán... Ưu điểm của giao tiếp trực tiếp là bên cạnh việc sử dụng ngôn ngữ còn có thể sử dụng các phương tiện phi ngôn ngữ/giao tiếp không dùng lời (ánh mắt, nét mặt, trang điểm, ăn mặc...) đây là loại hình giao tiếp phổ biến nhất trong đời sống con người do đó lượng thông tin thường phong phú đa dạng hơn. Chủ thể giao tiếp nhanh chóng biết được ý kiến của người đối thoại và có thể điều chỉnh quá trình giao tiếp một cách kịp thời để đạt được mục đích.

Tuy nhiên, giao tiếp trực tiếp là bị hạn chế về mặt không gian, dễ bị chi phối bởi một số yếu tố ngoại cảnh.

2.1.2. Giao tiếp gián tiếp.

Giao tiếp gián tiếp là chủ thể giao tiếp tiếp xúc với nhau qua các phương tiện truyền tin như: điện thoại, vô tuyến truyền hình, thư từ hoặc qua vật trung gian khác như hoa, quà kỷ niệm, hoặc qua người thứ ba.

Giao tiếp gián tiếp có ưu thế giúp con người có thể giao tiếp với nhau trong một khoảng không gian rộng lớn hoặc trong một khoảng thời gian dài.

Người ta có thể trò chuyện với nhau ở hai nửa địa cầu nhờ có điện thoại, mạng Internet... Thế hệ ông cha có thể dặn dò con cháu nhiều đời sau qua di chúc, báu vật gia truyền...

Giao tiếp gián tiếp ít bị hạn chế về không gian nhưng lại có hạn chế là trong khi giao tiếp không thấy được vẻ mặt của người đối thoại, không biết họ đang làm gì, đang trong hoàn cảnh nào, không thể sử dụng được nhiều phương tiện phi ngôn ngữ khác.

2.2. Phân loại giao tiếp theo qui cách giao tiếp.

Theo qui cách giao tiếp, giao tiếp được phân ra thành hai loại: *Giao tiếp chính thức và giao tiếp không chính thức.*

2.2.1 Giao tiếp chính thức.

Giao tiếp chính thức là giao tiếp mang tính công vụ, theo chức trách, quy định, thể chế. Ví dụ: Hội họp, mít tinh, đàm phán...

Trong giao tiếp chính thức, vấn đề cần trao đổi, bàn bạc thường được xác định trước, thông tin cũng được các chủ thể cân nhắc trước, vì vậy tính chính xác của thông tin cao. Trong kinh doanh, loại giao tiếp này thường sử dụng trong các buổi sinh hoạt trao đổi kinh nghiệm kinh doanh, khởi nghiệp, trao đổi về sản phẩm trên thị trường, định hướng chiến lược...

Giao tiếp chính thức đòi hỏi chủ thể của cuộc giao tiếp phải chuẩn bị công phu nội dung cần trao đổi và phải có kỹ năng nói lưu loát, trôi chảy. Muốn vậy, cần phải có vốn từ ngữ phong phú và sự hiểu biết sâu rộng về vấn đề cần trao đổi.

2.2.2. Giao tiếp không chính thức.

Giao tiếp không chính thức là giao tiếp mang tính cá nhân, không câu nệ vào thể thức, chủ yếu dựa trên sự hiểu biết về nhau giữa các chủ thể: Ví dụ: Bạn bè gặp gỡ nhau, lãnh đạo trò chuyện riêng với nhân viên, hai người cùng đi trên một chuyến xe nói chuyện với nhau...

Ưu điểm của giao tiếp không chính thức là không khí giao tiếp chân tình, cởi mở, hiểu biết lẫn nhau, vì vậy người ta gọi kiểu giao tiếp này là giao tiếp thân mật. Chúng ta có thể thổ lộ nỗi niềm, suy nghĩ mà không e ngại và tự do trao đổi những vấn đề mà chúng ta muốn.

Trong cuộc sống, kinh doanh và quan hệ công tác cần biết sử dụng kết hợp cả hai loại giao tiếp chính thức và không chính thức để tạo không khí thân mật, cởi mở, gần gũi, hiểu biết lẫn nhau.

2.3. Phân loại giao tiếp theo số lượng người tham gia giao tiếp và tính chất của mối quan hệ giữa họ.

Theo số lượng người tham gia giao tiếp và tính chất của mối quan hệ giữa họ, chúng ta có các loại giao tiếp sau đây:

- Giao tiếp giữa hai cá nhân, ví dụ: Hai người chúng ta trò chuyện với nhau, giám đốc trao đổi với người thư ký của mình.

- Giao tiếp giữa cá nhân với nhóm, ví dụ: Thầy giáo giảng bài trên lớp, giám đốc nói chuyện tại hội nghị khách hàng.

- Giao tiếp giữa cá nhân trong nhóm, ví dụ: Tổ sản xuất họp để bình xét thi đua cuối năm.

- Giao tiếp giữa các nhóm, ví dụ: Cuộc đàm phán giữa hai hay nhiều phái đoàn (đàm phán song phương, đa phương).

2.4. Phân loại giao tiếp theo vị thế.

Vị thế biểu hiện mối tương quan giữa những người giao tiếp với nhau, nó nói lên ai mạnh hơn ai, ai cần ai, ai phụ thuộc vào ai trong giao tiếp. Theo vị thế, giao tiếp được phân ra thành: giao tiếp ở thế mạnh, giao tiếp ở thế cân bằng và giao tiếp ở thế yếu.

Vị thế của một người so với người khác chi phối hành vi, ứng xử của họ trong giao tiếp. Chẳng hạn, trước mặt bạn bè, lời nói, cử chỉ, điệu bộ, tư thế của chúng ta thường khác so với khi trước mặt chúng ta là cấp trên của mình. Vì vậy trong giao tiếp chúng ta cần đánh giá đúng vị thế của mình và của người đối thoại để ứng xử và thể hiện thái độ một cách hợp lý.

Khi đánh giá vị thế của mình và của người khác, chúng ta cần cần nhắc nhiều khía cạnh khác nhau, bởi vì giữa chúng ta và người khác thường tồn tại nhiều mối quan hệ. Hơn nữa nhiều khi chúng ta mạnh hơn người khác ở mặt này nhưng lại kém họ ở mặt khác.

2.5. Nguyên tắc của giao tiếp.

2.5.1. Nguyên tắc tôn trọng đối tượng giao tiếp.

Mỗi người đều là một nhân cách độc lập. Trong quá trình giao tiếp, các cá nhân đều là chủ thể, bình đẳng với mọi người trong các quan hệ xã hội. Mặt khác mỗi người có đặc điểm tâm lý riêng biệt (nhận thức, tình cảm, thái độ....) cần được tôn trọng đó là chưa nói độ tuổi, giới tính, địa vị xã hội người này có thể khác với người kia. Tôn trọng người khác chính là tôn trọng mình. Tôn trọng tuổi tác, địa vị xã hội, giới tính, nhân cách... người đối thoại sẽ tạo ra ở họ niềm tin, sẽ cởi mở hơn trong giao tiếp. Xúc phạm đến nhân cách là đụng chạm đến lòng tự trọng của con người, khi đó khó có thể gây được thiện cảm với họ, khó thành công trong giao tiếp ứng xử.

Nguyên tắc tôn trọng nhân cách đối tượng giao tiếp đòi hỏi khi giao tiếp cần:

- Đề cho mỗi cá nhân có thể bộc lộ những nhu cầu, thái độ, tình cảm, tính cách riêng của họ. Không nên áp đặt, bắt mọi người phải theo khuôn mẫu cứng nhắc một cách duy ý chí.

- Giữ thể diện cho người cùng giao tiếp: Biết lắng nghe đối tượng giao tiếp trình bày những nhu cầu chính đáng của đối tượng giao tiếp. Tôn trọng sự diễn đạt bằng ngôn ngữ, cử chỉ, điệu bộ của họ. Khi phản ứng hoặc trả lời, hoặc hành động đáp lại phải theo hướng mà cả hai bên đều quan tâm.

- Sử dụng ngôn ngữ, cử chỉ, điệu bộ phải đảm bảo tính văn hoá: Không dùng những từ ngữ xúc phạm đến danh dự, tổn thương đến phẩm giá của đối tượng nhất là ở nơi công cộng, đông người.

- Thái độ lịch sự, khiêm tốn khi giao tiếp: Không cười cợt, ngắt lời khi đối tượng đang trình bày. Hành động đập bàn, đập ghế, cau mày, nhăn trán, nghiêng răng đều là biểu hiện thiếu sự tôn trọng đối tượng giao tiếp.

2.5.2. Nguyên tắc nhạy bén, đồng cảm trong giao tiếp.

Nguyên tắc nhạy bén, đồng cảm trong giao tiếp: Cần biết đặt bản thân mình vào vị trí của đối tượng để biết được tâm tư, tình cảm, thái độ của họ, trên cơ sở đó lựa chọn cách ứng xử phù hợp. Không nên bắt người khác phải suy nghĩ và hành động như mình. Chủ thể giao tiếp phải biết vui với niềm vui của đối tượng giao tiếp đồng thời biết chia sẻ nỗi buồn của đối tượng để động viên, khuyến khích họ. Phải hiểu bản chất vấn đề giao tiếp thông qua ngôn ngữ, cử chỉ, điệu bộ, thái độ. Biết khen chê đúng lúc, đúng mức và chân thành. Sự nhạy bén, đồng cảm sẽ giúp chủ thể chiếm được niềm tin trong giao tiếp.

2.5.3. Nguyên tắc thiện chí trong giao tiếp.

Nguyên tắc thiện chí trong giao tiếp đòi hỏi khi giao tiếp phải biết đặt lợi ích của đối tượng giao tiếp lên trên lợi ích bản thân, không tính toán thiệt hơn, suy bì tị nạnh với thành công hay chế giễu sự thất bại của người khác, tin tưởng ở đối tượng giao tiếp, chân thành, cởi mở, nhẹ nhàng, biết quan tâm đến người khác. Công bằng trong nhận xét, trong đánh giá. Có sự khuyến khích động viên, trong hành vi ứng xử luôn hướng tới cái thiện và hành thiện.

2.5.4. Nguyên tắc hướng tới giải pháp tối ưu.

Để làm được điều đó, trong quá trình giao tiếp có thể đưa ra một số giải pháp để đối tượng giao tiếp có thể chọn lựa và quyết định. Để đưa ra các giải pháp thì mỗi bên tham gia vào quá trình giao tiếp cần xác định mục đích (lợi ích) cần đạt được, nhưng đồng thời cũng xác định mục đích đó có thể đạt được ở những mức độ nào (cao, trung bình hay thấp). Việc xác định những mức độ có thể đạt được sẽ giúp cho các đối tượng tham gia giao tiếp chuẩn bị sẵn sàng tư tưởng nhượng bộ trong điều kiện và giới hạn cho phép để có thể thương lượng với bên kia khi các điều kiện, tiêu chuẩn lý tưởng không đạt được. Đảm bảo nguyên tắc này, khi giao tiếp các bên sẽ dễ dàng tìm thấy những mục tiêu chung, những lợi ích chung và trên cơ sở đó có thể cùng nhau tìm ra những giải pháp có thể làm hài lòng tất cả các bên.

2.5.5. Tôn trọng các giá trị văn hóa.

Giá trị văn hóa là một phạm trù rộng lớn; ở góc độ nguyên tắc giao tiếp phải tôn trọng giá trị văn hóa, khi giao tiếp phải mang tính dân tộc và phản ánh truyền thống tốt đẹp của người Việt Nam cũng như tôn trọng giá trị các vùng miền khác nhau và văn hóa của các quốc gia khác (tác phong, thái độ cởi mở, tế nhị và chu đáo hiếu khách, lịch sự và nghiêm túc) đối với mọi đối tượng giao tiếp. Bởi vì, giao tiếp là một sự tương tác xã hội luôn luôn chứa đựng yếu tố con người, luôn có các yếu tố tình cảm. Cần thấy rằng một thái độ niềm nở, vui vẻ, hòa nhã, một sự hiếu khách, một sự lịch sự và nghiêm túc vẫn là những chuẩn mực giao tiếp.

Tóm lại: Những nguyên tắc trong giao tiếp trên nhằm mục đích nâng cao hiệu quả hoạt động giao tiếp. Vấn đề cơ bản nhất là chúng ta phải biết vận dụng các nguyên tắc đó vào trong những trường hợp cụ thể một cách linh hoạt và chính xác thì mới hy vọng đưa lại sự thành công. Điều này lại phụ thuộc rất nhiều vào những năng lực và phẩm chất của mỗi người khi giao tiếp.

3. Các hình thức giao tiếp thông thường.

Mục tiêu:

- Trình bày được ý nghĩa của các nghi thức và thông lệ trong giao tiếp.
- Thực hiện đúng các nghi thức, thông lệ trong giao tiếp trực tiếp và gián tiếp.
- Xử lý có hiệu quả các tình huống trong giao tiếp: Chào hỏi, bắt tay, giới thiệu, trao đổi danh thiếp, gọi và nghe điện thoại.

3.1. Chào hỏi.

3.1.1. Vai trò, ý nghĩa và phương pháp chào hỏi trong giao tiếp.

Trong giao tiếp, trước hết phải hiểu rõ tính chất của mối quan hệ giữa những người giao tiếp với nhau, từ đó mới có thể xưng hô đúng, tức là tự xưng mình và gọi người giao tiếp với mình như thế nào. Nói cách khác, ta có được câu chào chuẩn mực và kèm theo là hành vi cư xử đúng đắn. Đối với người Việt Nam, câu chào thường kèm theo là câu hỏi thăm sức khỏe.

Ví dụ: Cháu chào bác ạ, bác có khỏe không ạ?

Hiểu được cách xưng hô đúng của dân tộc mình không phải là đơn giản, sử dụng đúng cách xưng hô và câu hỏi thăm khi giao tiếp với người dân tộc khác lại càng phức tạp và tế nhị. Trong giao tiếp, việc xưng hô, chào, hỏi thăm thể hiện tính lễ phép hay không lễ phép, tính đúng mực hay không đúng mực, tính có văn hóa hay thiếu văn hóa của chúng ta. Trong trường hợp cụ thể nào đó nó còn quyết định sự thành công hay thất bại trong giao tiếp.

Cách xưng hô, chào hỏi cũng thay đổi theo thời gian. Việc xưng hô, chào hỏi và hành vi giao tiếp đúng, phù hợp với tập tục, thói quen là biểu hiện thái độ tôn trọng, thân mật, gần gũi....Nếu không có thể gây ra hiểu nhầm gây ác cảm, thiếu thiện chí trong giao tiếp. Khi giao tiếp lần đầu, đối tượng giao tiếp chưa hiểu về nhau thì xưng hô, chào hỏi được coi như bước đầu để giao tiếp, giữ đúng nguyên “tắc nhập gia tùy tục, đào giang tùy khúc”.

3.1.2. Hướng dẫn thực hành chào hỏi.

Nội dung thực hành được tổ chức sau khi học xong phần lý thuyết do thời lượng = 05 giờ, vì vậy để đạt được mục tiêu giáo viên cần lưu ý một số nội dung sau:

- Về chuẩn bị của giáo viên:

+ Xây dựng các bài tập tình huống giả định thường xuyên diễn ra trong cuộc sống như: Đến chơi nhà một người bạn cùng lớp, gặp một người bạn ở trên đường, ngày đầu tiên đến làm việc của một công ty mà mình thực tập....).

+ Giáo viên cần chuẩn bị trước các bài tập tình huống và phát tài liệu cho sinh viên, sinh viên có thời gian nghiên cứu trước ở nhà.

- Về chuẩn bị của sinh viên, sinh viên:

+ Đọc lại phần lý thuyết có liên quan đến phần thực hành.

+ Đọc nội dung các bài tập tình huống.

- Về tổ chức thực hiện:

+ Chia lớp theo nhóm để thực hiện các bài tập tình huống.

+ Trong phòng học cần tạo một khoảng không gian để đảm bảo cho sinh viên, sinh viên quan sát được các nhóm thực hiện các bài tập tình huống.

3.2. Bắt tay.

3.2.1. Vai trò, ý nghĩa và cách bắt tay trong giao tiếp.

Trong giao tiếp, bắt tay là một thói quen có từ lâu, thường được sử dụng khi giới thiệu, làm quen, gặp mặt. Gặp chúng ta bề nên chào hỏi trước sau đó mới bắt tay, hàn huyên thân mật. Nhưng nếu là mối quan hệ từ lâu đã thân thiết thì vừa chào hỏi, vừa bắt tay, hỏi thăm.

Mặc dù chỉ là cử chỉ hỗ trợ cho lời nói nhưng bắt tay cũng có nguyên tắc nhất định, chúng ta cần tuân theo những nguyên tắc sau: Những người đưa tay ra trước thường là chủ nhân,



phụ nữ, người lớn tuổi, người có địa vị cao, cấp trên, chỉ bắt tay khi cả hai cùng đứng dậy hoặc cùng ngồi. Tối kỵ là khi một người ngồi, một người đứng lom khom, hay một người đứng trên bậc cao, bậc trên của cầu thang, một người ở thấp hơn.

Khi bắt tay hãy bước tới, nghiêng người về phía trước một chút để bắt tay. Nhìn đối tác với nét mặt tươi vui, tránh bắt tay người này, nhưng mắt nhìn người thứ hai, miệng chào người thứ ba.

Với người lớn tuổi, nên cúi thấp hơn một chút để tỏ vẻ kính trọng. Chúng ta không cần thiết áp cả hai bàn tay của mình vào tay người khác, hay cúi rạp mình, khiến người ta có cảm giác bạn nhúm mình khúm núm quá mức.

Hãy bắt tay kèm lời chào, gọi đúng tên, sau đó giới thiệu bản thân. Ví dụ: Khi bắt tay, bạn hãy nói: Chào anh/chị, tôi là Khánh, nhân viên công ty..., rất vui được gặp anh/chị.

Khi bắt tay ai đó, bạn hãy truyền cho người ta cảm giác thân thiện, cởi mở, sức mạnh của sự tự tin, khả năng làm chủ bản thân, để lại ấn tượng tốt đẹp. Đó là khởi đầu của mối quan hệ tốt đẹp và thành công.

Thời gian bắt tay không nên quá lâu nhưng cũng không nên quá ngắn, không bắt tay quá chặt nhưng cũng đừng hời hợt, nếu mang găng tay thì nam giới nên bỏ găng tay trước khi bắt tay, khi bắt tay nên nhìn thẳng vào người đối thoại và chào hỏi, khi có đồng thời nhiều người, không nên đưa tay cùng một lúc.

Bắt tay đối tượng giao tiếp nhiệt tình, đúng lúc là rất cần thiết, làm tăng tình cảm thân ái, mật thiết. Bắt tay, ngoài việc nghi thức nhất định còn là một sự chúc mừng, cảm ơn, biểu thị sự kích lệ lẫn nhau. Khi một người nào đó có thành tích, tiến bộ, được tặng phần thưởng, huy chương, huân chương...sau lời chúc mừng, có thể bắt tay cảm tạ, chia vui.

Nên tránh một số kiểu bắt tay:

- Kiểu cá tươi: Bàn tay lạnh ngắt.
- Kiểu gọng kìm: Xiết chặt tay đối tượng.
- Kiểu nắm đầu ngón tay: Bắt tay hời hợt, chỉ nắm đầu ngón tay.

- Kiểu chìa cánh tay cứng đờ: Bắt tay lạnh nhạt, chìa bàn tay, không xiết tay.
- Kiểu bắt tay xoay cổ tay: Vừa xiết tay vừa lật ngửa hoặc úp bầy tay đối phương.
- Kiểu bắt tay lắc lên, lắc xuống: Vừa xiết tay vừa lắc tay nhiều lần.

3.2.2. Thực hành bắt tay.

Nội dung thực hành được tổ chức sau khi học xong phần lý thuyết do thời lượng = 0,5 giờ, vì vậy để đạt được mục tiêu giáo viên cần lưu ý một số nội dung sau:

- Về chuẩn bị của giáo viên:

+ Xây dựng các bài tập tình huống giả định thường xuyên diễn ra trong cuộc sống như: Đón tiếp khách đến làm việc, gặp mặt bạn bè, ngày đầu tiên đến làm việc của một công ty mà mình thực tập....).

+ Giáo viên cần chuẩn bị trước các bài tập tình huống và phát tài liệu cho sinh viên, sinh viên có thời gian nghiên cứu trước ở nhà.

- Về chuẩn bị của sinh viên, sinh viên:

+ Đọc lại phần lý thuyết có liên quan đến phần thực hành.

+ Đọc nội dung các bài tập tình huống.

- Về tổ chức thực hiện:

+ Chia lớp theo nhóm để thực hiện các bài tập tình huống.

+ Trong phòng học cần tạo một khoảng không gian để đảm bảo cho sinh viên, sinh viên quan sát được các nhóm thực hiện các bài tập tình huống.

3.3. Giới thiệu.

Một xu hướng phổ biến trong giao tiếp là các đối tượng luôn luôn được mở rộng và làm quen với một đối tượng mới do người thứ ba giới thiệu, đôi khi chúng ta cũng phải tự giới thiệu. Có lúc mình cũng trở thành người giới thiệu. Khi giới thiệu một ai đó trước hết phải biết hai bên có muốn làm quen với nhau không? Nên phân biệt trước sau như thế nào?

Khi tự giới thiệu phải quan sát xem đối tượng có quan tâm và muốn làm quen đến mình không, sau đó giới thiệu về mình: Họ tên, nghề nghiệp, sở thích chung chung... (nếu có thể thì trao danh thiếp cho đối tượng). Bày tỏ quan điểm rất vui được làm quen và gợi ý để họ tự giới thiệu, sau đó tìm chủ đề chung để cùng trao đổi.

Khi chúng ta được người thứ ba giới thiệu, hãy bày tỏ tình cảm vui mừng khi được giới thiệu, có thể nói (rất hân hạnh được làm quen với..., chủ động hỏi người được giới thiệu (bắt tay, đưa danh thiếp, trò chuyện).

Khi giới thiệu cần chú ý những điểm sau:

- Giới thiệu người ít tuổi với người cao tuổi, người địa vị thấp với người địa vị cao, người nam với người nữ.

- Giới thiệu nhân viên dưới quyền cho khách. Giữa hai người có cùng địa vị, cùng tuổi tác, thì giới thiệu người đến sau với người đến trước.

Khi chúng ta là người thứ ba giới thiệu một người với một người khác nên chú ý:

- Việc giới thiệu cũng phải phân biệt trước sau, trên dưới.

- Khi giới thiệu một ai đó nên nói rõ quan hệ của mình với họ, tiện cho người mới quen hiểu biết và tin nhau.

- Khi giới thiệu nên nói rõ: Họ tên, xuất thân, nơi làm việc, chức danh, sở thích ...

Trong những dịp gặp gỡ long trọng, nên giới thiệu một cách lịch sự bằng những câu hỏi xã giao như: “Cho phép tôi được hân hạnh giới thiệu Ông...Trưởng phòng kinh doanh.” Tiếp đó có thể nói vài lời về người được giới thiệu .

Khi giới thiệu, đứng thật nghiêm chỉnh và đưa tay phải về phía người cần được giới thiệu rồi nói với người kia.

Ví dụ: “Thưa anh, đây là X, chỉ gái của em” và đưa tay chỉ người kia, chúng ta nói: “Còn đây là Z, anh rể tương lai của em”. Khi được giới thiệu, hai bên sẽ cúi chào và bắt tay nhau. Người trên hoặc phụ nữ đưa tay ra thì người kia mới bắt tay. Đồng thời hai người có thể nói thêm: “Rất hân hạnh được biết anh/chị”.

Như vậy, chào hỏi, giới thiệu là một hình thức không thể thiếu trong giao tiếp hàng ngày, nó ảnh hưởng không nhỏ tới sự thành công hay thất bại của một cuộc gặp gỡ. Rèn luyện kỹ năng này nhằm giúp cho đối tượng giao tiếp tự tin hơn.

3.4. Trao đổi danh thiếp.

Danh thiếp có thể dùng trong giao tiếp công vụ hay giao tiếp xã giao. Hiện nay người ta kết hợp cả giao tiếp công vụ và giao tiếp xã giao trên một danh thiếp thậm chí người ta còn ghi lên danh thiếp những thông tin như sơ đồ chỉ dẫn tìm nhà những dịch vụ sẵn sàng đáp ứng của chủ nhân.

Trong hoạt động xã hội cũng như trong kinh doanh, danh thiếp đóng vai trò quan trọng trong việc thiết lập các mối quan hệ công vụ hay thương vụ hoặc cá nhân. Tầm danh thiếp là chiếc cầu nối và là phương tiện giao tiếp, có khi còn là phương thức quảng cáo hữu hiệu cho doanh nghiệp, cá nhân

3.4.1 Cách trao và nhận danh thiếp.

Việc trao đổi danh thiếp. Thực ra đây lại là điều cực kỳ quan trọng, nó thể hiện sự hiểu biết trong giao tiếp, sự tôn trọng đối với đối tác. Có nhiều quy tắc trao đổi danh thiếp đối với các nước khác nhau nhưng tựu chung lại thì những nguyên tắc dưới đây có thể áp dụng được trong mọi môi trường công sở, tại mọi quốc gia:

- Cất danh thiếp trong túi ngực áo hoặc túi vạt áo bên trái nếu chúng ta thuận tay phải với phụ nữ có thể cất trong ví để trong túi xách nếu áo không có túi. Tuyệt đối không nên cất trong túi quần hoặc trong ví nhưng lại để ví ở túi quần.

- Sử dụng hai tay khi trao và nhận danh thiếp, hơi cúi người, tầm tay ở độ cao khoảng giữa ngực và bụng.

- Khi trao nên cầm một hai mép và xoay đầu danh thiếp sao cho người nhận có thể đọc được ngay, đồng thời xoay mặt có ngôn ngữ của người nhận lên trên (nếu danh thiếp có 2 ngôn ngữ).

- Khi nhận hãy đọc lại 2 đến 3 thông tin cơ bản của danh thiếp (họ tên người trao, tên công ty, chức vụ). Không nên cất ngay vào túi, hãy để ngay ngắn lên bàn trước mặt chúng ta trong buổi trao đổi. Tuyệt đối không viết lên danh thiếp trừ trường hợp đối tác đề nghị ghi chú thêm thông tin nào đó.

- Có thể trao đổi vào thời điểm đầu hoặc gần cuối buổi gặp mặt.

3.4.2. Các kiểu danh thiếp.

Kiểu ngang: Thứ tự hàng từ trên xuống dưới, thứ tự chữ từ trái qua phải. Hàng thứ nhất viết tên đơn vị người dùng danh thiếp; Hàng thứ hai ghi họ tên người dùng danh thiếp, chữ viết to vào chính giữa tấm thiếp. Chức vụ, tên gọi chức vụ thường viết chữ nhỏ bên cạnh phía dưới, bên phải họ và tên. Hàng thứ ba ghi địa chỉ đầy đủ, điện thoại của người dùng thiếp.

Kiểu dọc, đứng: Thứ tự hàng từ trái qua phải, thứ tự chữ từ trên xuống dưới. Hàng thứ nhất ghi tên đơn vị người dùng danh thiếp, viết ở cạnh trái tấm thiếp; hàng thứ hai viết họ tên người dùng thiếp, chữ viết to ở giữa danh thiếp. Chức vụ - tên gọi chức vụ được viết bằng chữ nhỏ ở bên phải, phía dưới họ và tên; Hàng thứ ba ghi đầy đủ địa chỉ, điện thoại.

Khi in danh thiếp cần chú ý: Chữ viết trên danh thiếp, giống chữ viết thường dùng, trước hết phải phù hợp với quy phạm, nếu không dễ gây hiểu lầm, ảnh hưởng đến hiệu quả trong giao tiếp. Sau khi đã phù hợp với quy phạm rồi, có thể coi trọng đến phong cách riêng của mình, biểu hiện cá tính của mình. Phong cách, cá tính của danh thiếp, biểu hiện chủ yếu ở phần bố cục danh thiếp, chọn kiểu chữ và thiết kế mặt danh thiếp. Về thể loại, kiểu chữ viết nhỏ, viết thường, viết in, viết hoa, các kiểu chữ có dáng mỹ thuật đều được chấp nhận.

3.4.3. Hướng dẫn thực hành trao danh thiếp.

Nội dung thực hành được tổ chức sau khi học xong phần lý thuyết do thời lượng = 0,5 giờ, vì vậy để đạt được mục tiêu giáo viên cần lưu ý một số nội dung sau:

- Về chuẩn bị của giáo viên:

+ Xây dựng các bài tập tình huống giả định thường xuyên diễn ra trong cuộc sống như: Đón tiếp khách đến làm việc, gặp mặt bạn bè, ngày đầu tiên đến làm việc của một công ty mà mình thực tập....).

+ Giáo viên cần chuẩn bị trước các bài tập tình huống và phát tài liệu cho sinh viên, sinh viên có thời gian nghiên cứu trước ở nhà.

- Về chuẩn bị của sinh viên, sinh viên:

+ Đọc lại phần lý thuyết có liên quan đến phần thực hành.

+ Đọc nội dung các bài tập tình huống.

- Về tổ chức thực hiện:

+ Chia lớp theo nhóm để thực hiện các bài tập tình huống.

+ Trong phòng học cần tạo một khoảng không gian để đảm bảo cho sinh viên, sinh viên quan sát được các nhóm thực hiện các bài tập tình huống.

3.5. Giao tiếp bằng điện thoại.

Giao tiếp qua điện thoại là hình thức giao tiếp gián tiếp: người gọi và người nghe không nhìn thấy nét mặt, cử chỉ thái độ, trang phục, trang điểm của nhau. Tất cả những thông điệp cần trao đổi chỉ là giọng nói mà chúng ta ghi nhận được. Các đối tượng của giao tiếp ngay lập tức nghe được giọng nói của nhau nhưng lại không thể quan sát



được nhau. Vì vậy tất cả các yếu tố của giao tiếp không lời có ý nghĩa rất lớn trong giao tiếp trực tiếp, trong trường hợp này đều không có tác dụng.

Giao tiếp bằng điện thoại rút ngắn được không gian và thời gian một cách đáng kể. Cách thức tốt nhất cho việc truyền tin là phải chuẩn bị lời, giọng để đối thoại, phát âm chuẩn, ngắn gọn, rõ ràng.

3.5.1 Gọi điện thoại (Điện thoại cố định/di động).

Người gọi điện thoại được coi là người chủ động về thời gian, nội dung và thời lượng của cuộc nói chuyện. Để có cuộc giao tiếp qua điện thoại một cách hiệu quả, người gọi điện thoại cần lưu ý các bước quan trọng sau:

- *Chuẩn bị gọi điện thoại:*

Chuẩn bị nội dung cuộc nói chuyện: Kiểm tra lại những thông tin về người gọi, nội dung nói chuyện theo một logic để người nghe không mất nhiều thì giờ, không nghe nhầm, không hiểu nhầm, cần lưu ý khi chọn thời điểm gọi điện thoại đặc biệt là vào giờ buổi trưa và tối các cuộc gọi đó thường không có hiệu quả.

- *Khi gọi điện thoại:*

Khi có người nhắc máy, chúng ta phải xưng danh ngay và nói rõ người cần gặp, nếu gọi nhầm máy chúng ta hãy nhanh chóng xin lỗi một cách lịch sự. Bắt đầu cuộc trò chuyện cần chào hỏi nhã nhặn.

Trong khi nói chuyện, chúng ta phải có giọng nói gây được thiện cảm cho người nghe. Chúng ta nên nói rõ ràng, không quá nhỏ hay quá to, qua giọng nói đầu dây bên kia cảm nhận và đánh giá trình độ văn hóa điện thoại của chúng ta. Những thông tin quan trọng nên nói chậm, rõ và nếu cần thì yêu cầu người nghe nhắc lại, tránh việc nghe sai và hiểu lầm. Dù người nghe có thái độ như thế nào thì chúng ta vẫn cứ thể hiện lịch sự, thân thiện.

- *Kết thúc cuộc gọi:*

Khi hết thông tin, chúng ta nên chủ động kết thúc cuộc gọi. Trước khi kết thúc cuộc gọi chúng ta cần chuẩn bị cho người nghe, để họ không cảm thấy đột ngột. Nên cảm ơn người nghe về việc họ đã cho ta thông tin, họ đã chuyển giúp ta thông tin. Cuối cùng là chào tạm biệt và hẹn gặp lại, có thể hứa hẹn sự giữ vững liên lạc và dập máy nhẹ nhàng.

3.5.2. Nhận điện thoại.