

TRƯỜNG ĐẠI HỌC KỸ THUẬT CÔNG NGHIỆP
KHOA CÔNG NGHỆ CƠ ĐIỆN VÀ ĐIỆN TỬ

BÀI GIẢNG
KỸ NĂNG LÀM VIỆC
TRONG MÔI TRƯỜNG KỸ THUẬT

(Dùng cho sinh viên ngành Công nghệ)

Số tín chỉ: 02

Giảng viên: TS. Trương Thị Thu Hương

Bộ môn: Công nghệ kỹ thuật cơ khí

Thái Nguyên, năm 2023

TRƯỜNG ĐẠI HỌC KỸ THUẬT CÔNG NGHIỆP
KHOA CÔNG NGHỆ CƠ ĐIỆN VÀ ĐIỆN TỬ

BÀI GIẢNG
KỸ NĂNG LÀM VIỆC
TRONG MÔI TRƯỜNG KỸ THUẬT
(Dùng cho sinh viên ngành Công nghệ)
Số tín chỉ: 02

Bộ môn

Giảng viên giảng dạy

Thái Nguyên, năm 2023

CHƯƠNG MỞ ĐẦU.

KHÁI QUÁT VỀ MÔI TRƯỜNG LÀM VIỆC CỦA NGƯỜI KỸ SƯ

1. Kỹ sư

“Kỹ thuật là sự ứng dụng của các nguyên tắc toán và các khoa học khác vào thực tế để thiết kế, chế tạo và vận hành các cấu trúc, máy móc, quá trình, hệ thống một cách kinh tế và hiệu quả”. (The American Heritage® Dictionary of the English Language).

Kỹ sư là người được đào tạo chuyên sâu đặc thù về ngành kỹ thuật, là những người giải quyết vấn đề, với mong muốn tạo ra sự hiệu quả, nhanh chóng và giá thành thấp cho các công việc...

Phạm vi hoạt động của lĩnh vực kỹ thuật của người kỹ sư rất đa dạng, từ chăm sóc sức khỏe, đến lĩnh vực nông nghiệp, giải trí, thương mại, sản xuất, sinh hoạt v.v..

Các công việc chính của kỹ sư thực hiện trong thực tế gồm:

(1). Phân tích (Analysis): Phân tích vấn đề thông qua việc sử dụng các nguyên tắc toán học, vật lý và khoa học kỹ thuật, khai thác các phần mềm ứng dụng kỹ thuật.

(2). Thiết kế (Design): Từ cơ sở dữ liệu đã phân tích xây dựng kế hoạch, dự án chi tiết, các thông số quyết định việc phát triển và chế tạo sản phẩm.

(3). Kiểm tra thử nghiệm (Test): Thử nghiệm xác nhận thiết kế của sản phẩm mới đáp ứng các yêu cầu đã xác định.

(4). Phát triển (Development): Phát triển sản phẩm, hệ thống và quá trình.

(5). Bán hàng (Sales): Là cầu nối giữa Công ty & Khách hàng - hiểu, giải thích cặn kẽ về sản phẩm, đảm bảo dịch vụ sau bán hàng nhanh và chất lượng.

(6). Nghiên cứu (Research): Quan tâm đến cách thức áp dụng các kiến thức vào thực tiễn kỹ thuật; và Khám phá khoa học, đóng góp cho tiến bộ của kỹ thuật.

(7). Quản lý (Management)

(8). Tư vấn (Consulting)

(9). Dạy học (Teaching)

Do đó, có thể khẳng định rằng, kỹ thuật là một nghề linh hoạt, có nhiều lĩnh vực hoạt động. Các kỹ sư là người làm trong lĩnh vực kỹ thuật và đang tạo nên một sự khác biệt cho tất cả mọi thứ trong cuộc sống của chúng ta.

2. Đặc trưng nghề nghiệp của người kỹ sư

2.1 Môi trường làm việc

2.2.1 Ngoài thực địa

Đây là môi trường năng động và thực tế giúp người kỹ sư kiểm chứng và đánh giá chất lượng sản phẩm của họ sau thiết kế và chế tạo. Trên cơ sở đó, người kỹ sư thực hiện khắc phục các hạn chế của sản phẩm hoặc đưa ra các giải pháp cải tiến trong việc thiết kế và chế tạo chúng.

2.2.2 Trong nhà máy sản xuất

Sau khi lên được ý tưởng, thực hiện trên bản vẽ hoặc mô phỏng thì các kỹ sư trực tiếp đến các nhà máy sản xuất để tham gia vào quá trình sản xuất sản phẩm, đồng thời xem xét công việc quản lý xem có đảm bảo các yêu cầu kỹ thuật, đúng như trong thiết kế hay không.

2.2.3 Văn phòng

Nhiều kỹ sư làm giống như một cán bộ hành chính thông thường. Họ làm việc trong văn phòng với tư cách người cán bộ kỹ thuật, hoặc đi gặp gỡ các đối tác, chuyên gia, thu thập thông tin, làm việc với khách hàng v.v..

3. Các kỹ năng cần thiết của người kỹ sư

Kỹ năng cứng (hard skills) chính là khả năng học vấn, kinh nghiệm và sự thành thạo về chuyên môn. Kỹ năng mềm (Soft skills) là thuật ngữ dùng để chỉ các kỹ năng quan trọng trong cuộc sống con người, là những thứ thường ít được học chính khóa trong nhà trường, không thể sờ nắm, phụ thuộc chủ yếu vào cá tính của từng người. Chúng quyết định bạn là ai, làm việc thế nào, là thước đo hiệu quả cao trong công việc.

Các công nghệ đang thay đổi nhanh đến mức ngày hôm nay các công nghệ tiên tiến sẽ là tin cũ vào ngày mai. Công nghệ và kỹ thuật là lĩnh vực nghề nghiệp mà việc đào tạo không bao giờ kết thúc, ngay cả sau nhiều năm học tại trường đại học. Phát triển một tập hợp các kỹ năng nghề nghiệp và các kỹ năng mềm là rất quan trọng để giúp các kỹ sư theo kịp sự phát triển của những công nghệ và kỹ thuật mới nhất.

Sau đây là những kỹ năng mềm được giảng dạy cho sinh viên kỹ thuật và công nghệ ở một số nước:

Tại Mỹ:

- | | |
|--------------------------|--|
| 1. Kỹ năng học và tự học | 7. Kỹ năng đặt mục tiêu/ tạo động lực làm việc |
| 2. Kỹ năng lắng nghe | 8. Kỹ năng phát triển cá nhân và sự nghiệp |
| 2. Kỹ năng lắng nghe | 9. Kỹ năng giao tiếp ứng xử và tạo lập quan hệ |

- | | |
|---|--|
| 3. Kỹ năng thuyết trình | 10. Kỹ năng làm việc đồng đội |
| 4. Kỹ năng giải quyết vấn đề | 11. Kỹ năng đàm phán |
| 5. Kỹ năng tư duy sáng tạo | 12. Kỹ năng tổ chức công việc hiệu quả |
| 6. Kỹ năng quản lý bản thân và tinh thần tự tôn | 13. Kỹ năng lãnh đạo bản thân. |

Tại Úc

- | | |
|---------------------------------|--|
| 1. Kỹ năng giao tiếp | 5. Kỹ năng lập kế hoạch và tổ chức công việc |
| 2. Kỹ năng làm việc đồng đội | 6. Kỹ năng quản lý bản thân |
| 3. Kỹ năng giải quyết vấn đề | 7. Kỹ năng học tập |
| 4. Kỹ năng sáng tạo và mạo hiểm | 8. Kỹ năng công nghệ |

Tại Canada

- | | |
|---------------------------------------|------------------------------------|
| 1. Kỹ năng giao tiếp | 5. Kỹ năng thích ứng |
| 2. Kỹ năng giải quyết vấn đề | 6. Kỹ năng làm việc với con người |
| 3. Kỹ năng tư duy và hành vi tích cực | 7. Kỹ năng NCKH, công nghệ và toán |

Để giúp sinh viên ngành công nghệ rèn luyện các kỹ năng hỗ trợ cho quá trình làm việc trong môi trường kỹ thuật ngoài thực địa, trong nhà máy hoặc trong văn phòng của các doanh nghiệp, học phần này sẽ đề cập đến các kỹ năng cơ bản sau:

1. *Kỹ năng giao tiếp trong môi trường doanh nghiệp* (giao tiếp với cấp trên, cấp dưới, đồng nghiệp, khách hàng, đối tác; giao tiếp trong môi trường đa văn hóa; giao tiếp trực tiếp, giao tiếp qua điện thoại, giao tiếp qua email, thuyết trình, tổ chức làm việc nhóm, tổ chức và tham gia hội họp);

2. *Kỹ năng tổ chức và quản lý công việc;*

3. *Kỹ năng tư duy sáng tạo và giải quyết vấn đề;*

4. *Kỹ năng thích ứng và chịu áp lực công việc.*

Chương 1.

KỸ NĂNG LÀM VIỆC CỦA NGƯỜI KỸ SƯ TRONG DOANH NGHIỆP

I. KỸ NĂNG GIAO TIẾP

1. Khái niệm

1.1 Định nghĩa

Giao tiếp là hoạt động trao đổi suy nghĩ, ý kiến hay thông tin thông qua lời nói, chữ viết hoặc dấu hiệu để nhận biết và tác động lẫn nhau trong quan hệ giữa người với người để đạt được mục đích nhất định.

Vì vậy:

- Giao tiếp là một quá trình trao đổi hai chiều giữa người phát tin và nhận tin.
- Một quá trình giao tiếp hết sức phức tạp, trải qua ba trạng thái: (1) Trao đổi thông tin, tiếp xúc tâm lý; (2) hiểu biết lẫn nhau, rung cảm; (3) tác động và ảnh hưởng lẫn nhau. Nếu không thực hiện tốt hoặc không thực hiện đầy đủ cả ba quá trình đó thì sẽ làm cho quá trình giao tiếp kém hiệu quả, trục trặc, thậm chí là thất bại.



Hình 1. Quá trình giao tiếp

Người gửi

- Là nguồn tin
- Là một hoặc một nhóm người muốn chia sẻ thông tin đến một hoặc một nhóm người khác.

Người nhận

- Là người tiếp nhận và giải mã thông điệp của người gửi;
- Có thể là một hoặc một nhóm người.

Nhiều

- Là yếu tố gây cản trở và làm giảm hiệu quả của quá trình truyền thông;
- Ví dụ: Văn hóa, giới tính, sức khỏe, cảm xúc, ngôn ngữ, tuổi tác,...
- Do người phát, người nhận hoặc môi trường truyền tin.

1.2 Phân loại

Có nhiều cách phân loại giao tiếp tùy theo những tiêu chuẩn khác nhau:

a. Dựa vào phương tiện giao tiếp

- + *Giao tiếp bằng ngôn ngữ* (tiếng nói và chữ viết).
- + *Giao tiếp phi ngôn ngữ* (hành vi cử chỉ, nét mặt, ánh mắt, nụ cười, đồ vật...)

b. Dựa vào khoảng cách

- + *Giao tiếp trực tiếp* (giao tiếp mặt đối mặt);
- + *Giao tiếp gián tiếp* (thông qua một phương tiện trung gian khác như điện thoại, email, thư tín, Fax, chat...).

c. Dựa vào tính chất giao tiếp

- + *Giao tiếp chính thức* (giao tiếp khi các cá nhân cùng thực hiện một nhiệm vụ chung theo quy định).
- + *Giao tiếp không chính thức* (giao tiếp diễn ra giữa những người đã quen biết, hiểu rõ về nhau, không bị ràng buộc bởi pháp luật, thể chế, mang nặng tính cá nhân).

d. Dựa vào số người tham dự cuộc giao tiếp

- + *Giao tiếp cá nhân - cá nhân.*
- + *Giao tiếp cá nhân - nhóm.*
- + *Giao tiếp nhóm - nhóm.*

1.3 Chức năng và vai trò của giao tiếp

a. Chức năng

- Truyền thông tin (thông báo)

Trong hoạt động chung, người này giao tiếp với người kia để thông báo cho nhau những thông tin giúp cho hoạt động được thực hiện một cách có hiệu quả.

- Nhận thức

Giao tiếp là công cụ quan trọng giúp cho khả năng nhận thức của con người ngày càng mở rộng, làm cho vốn hiểu biết, tri thức của con người ngày càng phong phú.

- Phối hợp hành động

Trong một tổ chức thường có nhiều bộ phận với các chức năng và nhiệm vụ khác nhau. Thông qua giao tiếp con người hiểu được những yêu cầu, mong đợi của người khác, hiểu được mục đích chung của nhóm để phối hợp với nhau cùng hoạt động nhằm đạt được mục đích chung.

- Điều khiển, điều chỉnh hành vi (chỉ có ở người).

Qua giao tiếp con người có thể nhận biết về thế giới, về người khác và về bản thân; từ đó tự điều khiển, điều chỉnh bản thân cho phù hợp hơn.

- *Tạo lập mối quan hệ*

Giao tiếp giúp cho con người tạo ra những mối quan hệ với người khác người.

- *Cân bằng cảm xúc*

Chỉ có trong giao tiếp chúng ta mới tìm được sự đồng cảm, cảm thông và giải tỏa được cảm xúc của mình.

- *Hình thành và phát triển nhân cách*

Trong giao tiếp con người lĩnh hội được kinh nghiệm xã hội, tâm hồn của con người trở nên phong phú, tri thức sâu sắc, tình cảm và thế giới quan được hình thành và phát triển.

b.Vai trò của giao tiếp trong doanh nghiệp

*** Xét từ góc độ cá nhân**

- *Phấn đấu đạt các mục tiêu cá nhân*

Mối quan hệ hành xử của mỗi cá nhân đều hướng theo các mục tiêu khác nhau và thay đổi theo không gian cũng như thời gian. Mục tiêu phấn đấu riêng của mỗi cá nhân trên thực tế ảnh hưởng đến văn hóa giao tiếp trong công sở.

- *Thoả mãn các nhu cầu cá nhân*

Nhu cầu của con người không ngừng tăng lên. Theo đó, con người tự điều chỉnh hành vi để đạt được điều mà mình mong muốn.

- *Xây dựng "hình tượng riêng"*

Đối với mỗi cá nhân, việc xây dựng và giữ hình ảnh tốt đẹp của mình trong mắt mọi người có vai trò rất quan trọng. Để giữ được hình ảnh cá nhân, con người thường tạo ra mối quan hệ giao tiếp ứng xử tốt đẹp trong doanh nghiệp mình.

- *Hài hòa với mục tiêu của doanh nghiệp và các bên liên quan*

Mỗi cá nhân là một thành viên trong tổ chức, doanh nghiệp. Hành vi văn hóa giao tiếp của mỗi cá nhân cũng sẽ ảnh hưởng ít nhiều đến hoạt động của cả tổ chức.

*** Xét từ góc độ doanh nghiệp**

Giao tiếp ứng xử trong doanh nghiệp là yếu tố đặc biệt quan trọng, góp phần:

+ Phát triển thương hiệu, nâng cao vị thế, sức cạnh tranh từ đó giúp doanh nghiệp phát triển bền vững.

+ Xây dựng, giữ gìn và phát huy bản sắc văn hóa của doanh nghiệp, từ đó tăng cường uy tín của doanh nghiệp trên thương trường.

+ Thu hút khách hàng, gây thiện cảm với đối tác, nâng cao hiệu quả quản trị trong quá trình giao tiếp. Yếu tố này cũng là cầu nối để quảng bá hình ảnh của doanh nghiệp với thị trường, đồng thời nó cũng tạo ra sức ép đối với đối thủ cạnh tranh.

+ Góp phần phát triển hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp.

2. Kỹ năng giao tiếp

Kỹ năng giao tiếp là khả năng nhận biết nhanh chóng những biểu hiện bên ngoài và diễn biến tâm lý bên trong của đối tượng giao tiếp; đồng thời biết sử dụng phương tiện ngôn ngữ, phi ngôn ngữ, biết cách định hướng để điều chỉnh và điều khiển đối tượng giao tiếp để đạt mục đích giao tiếp.

2.1 Kỹ năng định hướng

Nhóm kỹ năng này biểu hiện ở khả năng dựa vào tri giác ban đầu về các biểu hiện bên ngoài (hình thức, động tác, cử chỉ, ngôn ngữ, điệu bộ và sắc thái biểu cảm...) trong không gian, thời gian giao tiếp để nhận biết một cách tương đối chính xác các diễn biến tâm lý đang diễn ra trong đối tượng để định hướng hợp lý các mối quan hệ tiếp theo. Đó là khả năng nắm bắt động cơ, nhu cầu, mục đích, sở thích của đối tượng giao tiếp.

2.2. Kỹ năng định vị

Là nhóm kỹ năng có khả năng xác định đúng vị trí giao tiếp để từ đó tạo điều kiện cho đối tượng chủ động. Thực chất đây là kỹ năng biết cách thu thập, phân tích, và xử lý thông tin.

Nhóm này bao gồm:

- Khả năng nhận biết vị trí trong giao tiếp;
- Khả năng xác định được không gian, thời gian giao tiếp phù hợp;
- Khả năng xác định nội dung giao tiếp.

2.3 Kỹ năng điều chỉnh, điều khiển

Nhóm kỹ năng này biểu hiện ở khả năng lôi cuốn, thu hút đối tượng giao tiếp, biết duy trì hứng thú, sự tập trung chú ý của đối tượng giao tiếp.

2.4 Kỹ năng sử dụng phương tiện giao tiếp

2.4.1. Sử dụng phương tiện ngôn ngữ và phi ngôn ngữ

a. Ngôn ngữ nói

Ngôn ngữ nói được sử dụng nhiều trong giao tiếp, sau ngôn ngữ biểu cảm, đặc biệt là trong giao tiếp trực tiếp và giao tiếp qua điện thoại.

Hiệu quả của giao tiếp bằng ngôn ngữ nói phụ thuộc vào những yếu tố sau:

*** Ngôn từ**

Để gây được thiện cảm với người nghe, giao tiếp trong xã hội nói chung, giao tiếp trong công việc nói riêng, nên sử dụng ngôn ngữ nói theo các lưu ý sau:

- + Từ ngữ cần chính xác, tránh đưa tin đồn thất thiệt, mơ hồ, hoặc không có thực;
- + Nên dùng những từ ngữ phổ thông, đơn giản, dễ hiểu;
- + Nên dùng từ đẹp, từ thanh nhã, dung dị;
- + Tránh dùng những từ “mạnh”;
- + Hạn chế tối đa dùng từ “không”
- + Thể hiện sự tôn kính, lịch thiệp;
- + Tạo cảm giác hứng thú, hấp dẫn, lôi cuốn lòng người;
- + Tăng sự chú ý và tạo sức thuyết phục cao.

Khi sử dụng ngôn từ, cần chú ý tới hoàn cảnh, ngữ cảnh và đối tượng giao tiếp cụ thể để chọn loại ngôn từ gì, ở chừng mực nào cho thích hợp, chứ không nên lạm dụng chúng một cách thái quá.

*** Âm điệu, giọng nói**

Âm giọng trong hoạt động giao tiếp có tác động rất mạnh mẽ đến cảm xúc, tình cảm của người nghe. Âm điệu chuẩn xác, nhịp nhàng; giọng nói to rõ, truyền cảm bao giờ cũng có sức lôi cuốn lòng người. Với những giọng nói đều đều, the the, đay nghiến, chì chiết hay ngon ngọt theo kiểu nịnh hót dễ làm cho đối tác khó chịu, phiền lòng.

*** Tốc độ, cường độ nói**

Trong giao tiếp bằng ngôn ngữ nói chúng ta cần điều chỉnh tốc độ và cường độ nói ở mức độ hợp lý, đặc biệt là khi nói trước đám đông, nói với người lớn tuổi, nói với trẻ em, với người có trình độ hiểu biết hạn chế...

*** Phong cách nói**

Trong giao tiếp tùy vào đối tượng giao tiếp, hoàn cảnh và nội dung giao tiếp mà chọn phong cách nói cho phù hợp. Tuy nhiên để giao tiếp bằng ngôn ngữ nói đạt hiệu quả thì nên tránh sử dụng các phong cách nói quá thẳng thắn, tránh phong cách nói mỉa mai châm chọc người khác.

*** Cách truyền đạt**

Để giao tiếp có hiệu quả chúng ta sử dụng cách truyền đạt logic, mạch lạc, hài hước, dí dỏm. Nên tránh cách truyền đạt áp a áp úng, ...

b. Ngôn ngữ viết

Ngôn ngữ viết phải rõ ràng, chi tiết, chính xác và tuân theo các quy tắc ngữ pháp, dùng ngôn ngữ viết phải hết sức chú ý tới văn phong, sự súc tích, logic, và chặt chẽ.

c. Phi ngôn ngữ

Các yếu tố phi ngôn ngữ được sử dụng nhiều nhất trong giao tiếp, đồng thời là phương tiện đóng vai trò rất quan trọng trong quá trình giao tiếp trực tiếp.

Các yếu tố phi ngôn ngữ trong giao tiếp gồm: ánh mắt, nét mặt, nụ cười, cử chỉ, giọng nói, điệu bộ...

*** Ánh mắt**

Ánh mắt phản ánh cá tính, trạng thái cảm xúc, bộc lộ tình cảm, tâm trạng và ước nguyện của con người ra bên ngoài.

Khi giao tiếp chúng ta nên giao tiếp bằng mắt với đối tượng, luôn hướng mắt về phía đối tượng giao tiếp với cái nhìn thân thiện, lịch sự, tránh ánh nhìn soi mói, khinh miệt, nhìn chằm chằm vào đối tượng, nhìn đi nơi khác hay nhòm ngó xung quanh.

*** Nét mặt**

Trong giao tiếp, nét mặt biểu lộ thái độ, cảm xúc của con người (cảm xúc vui, buồn, giận hờn, căm tức, mệt mỏi...).

Khi giao tiếp chúng ta nên quan sát nét mặt của đối tượng cũng như làm chủ nét mặt của bản thân. Trong suốt quá trình giao tiếp từ lúc tiếp xúc đối tượng tới lúc chia tay chúng ta nên giữ nét mặt vui vẻ, cởi mở; tránh nét mặt nhăn nhó, khó chịu hay quá nghiêm chỉnh sẽ làm cho bầu không khí tiếp xúc trở nên căng thẳng và ngột ngạt.

*** Nụ cười**

Nụ cười cũng là một phương tiện giao tiếp lợi hại, một ngôn ngữ không lời cực kỳ độc đáo...Người ta có thể dùng nụ cười để biểu lộ tình cảm, thái độ của mình.

*** Trang phục**

Trang phục trong công sở là những quy định về cách ăn mặc mà nhân viên phải tuân theo trong doanh nghiệp. Trang phục công sở vừa phải trang trọng, phù hợp với thông lệ quốc tế và phù hợp với tập quán của người Việt Nam. Tùy theo điều kiện của từng doanh nghiệp có thể hướng dẫn quy định các trang phục trong giờ làm việc ở công sở, đón tiếp, gặp gỡ khách hàng, đối tác... Doanh nghiệp có thể quy định mặc đồng phục theo một số ngày trong tuần, trong từng bộ phận hoặc mặc đồng phục hoàn toàn.

Trong trường hợp doanh nghiệp chưa có đồng phục cho cán bộ nhân viên thì nam giới có thể mặc quần âu sẫm màu, áo sơ mi trắng bỏ trong quần, đi giày hoặc dép có quai hậu. Nữ giới có thể tự chọn trang phục nhưng phải ăn mặc sao cho phù hợp với môi trường làm việc cũng như văn hoá của doanh nghiệp đó.

Mỗi cán bộ nhân viên khi đến nơi làm việc phải đeo thẻ có ảnh ghi rõ họ tên, chức vụ; trước cửa các phòng ban và trên bàn làm việc phải có biển đề tên, chức vụ (nếu có) để thuận tiện cho khách khi liên hệ công việc.

Những kiểu trang phục không phù hợp trong môi trường doanh nghiệp:

- + Áo sơ mi bỏ ngoài quần;
- + Váy quá ngắn, trang phục hở hang kêu gọi;
- + Đi dép lê trong văn phòng làm việc;
- + Đội mũ trong phòng họp;
- + Cắt tóc theo kiểu kinh dị, khác người; nhuộm tóc màu lòe loẹt;
- + Đeo kính đổi màu trong phòng làm việc.

*** Bắt tay**

Bắt tay là một nghi thức lễ tân, xã giao, một nét văn hoá trong giao tiếp được hình thành từ xa xưa khi người ta gặp nhau hoặc giã từ nhau.

Việc bắt tay thường được tuân theo những quy ước sau:

- Giữ một khoảng cách hợp lý: khoảng một cánh tay;
- Người đứng thẳng hoặc hơi cúi đầu, hai chân dang rộng bằng hai vai;
- Bắt bằng tay phải, giữ bàn tay ngay dưới eo khi bắt tay, tay trái để sau lưng hoặc trước ngực dưới cánh tay phải;
- Chia bàn tay ra ở tư thế thẳng đứng, 2 lòng bàn tay phải chạm vào nhau;
- Lắc lên xuống khoảng 3 lần rồi dừng;
- Cần bắt tay với tư thế bình đẳng, tôn trọng lẫn nhau;
- Mắt nhìn thẳng vào mặt người mình bắt tay (mỉm cười hoặc tùy theo mối quan hệ mà thể hiện tình cảm, không nhìn ra chỗ khác hoặc nhìn kiểu dò xét, soi mói);
- Trong trường hợp muốn thể hiện sự tôn trọng hơn, thăm thiết hơn có thể đưa cả hai tay ra bắt;
- Không dùng hai tay để bắt tay hai người cùng một lúc, tránh bắt tay qua mặt, qua đầu người khác.

*** Nước hoa**

Một số lưu ý khi dùng nước hoa:

- Mùi hương được chọn phải là mùi bản thân thích;
- Đó là một mùi hương phù hợp với khứu giác của số đông;
- Không dùng nước hoa quá hắc hay nặng mùi, không sức quá nhiều gây cảm giác khó chịu cho người đối diện;

- Hoặc là mùi thơm, hoặc không có mùi, tuyệt đối không để cơ thể phát ra những mùi khó chịu trong lúc giao tiếp.

2.4.2. Sử dụng phương tiện hỗ trợ khác

① Điện thoại

*** Đặc điểm**

- Chỉ có tiếng nói, không thể hiện bằng cử chỉ, điệu bộ hoặc biểu lộ sắc thái tình cảm trên nét mặt để bổ sung cho lời nói được.

- Khi nói điện thoại, bạn không nhìn thấy người đối thoại nên bạn không nắm bắt được xem họ có hiểu hết bạn không, các phản ứng của họ qua ngôn ngữ không lời, qua thái độ không được máy chuyển tải hết.

*** Kỹ năng sử dụng điện thoại**

- Khi nhận điện thoại
 - + Đừng đợi chuông reo quá 3 lần rồi mới nhắc máy;
 - + Nếu đang ở văn phòng làm việc, cơ quan, doanh nghiệp, khi nhận điện thoại, người nhận nên có lời chào và tự giới thiệu mình;
 - + Đừng để người gọi đọc thoại;
 - + Giọng nói từ tốn, vừa phải;
 - + Nói rõ ràng và nhấn mạnh vào ý chính;
 - + Nói bình thường, đủ nghe (không quá to hoặc quá nhỏ);
 - + Nói với tốc độ vừa phải;
 - + Giọng nói cần có âm điệu lên/xuống để người nghe khỏi bị nhàm chán;
 - + Nghe với thái độ niềm nở, tích cực;
 - + Cần nghe đúng, đủ thông tin;
 - + Tránh ăn uống khi nói chuyện điện thoại;
 - + Luôn chuẩn bị sổ và bút sẵn trước mặt;
 - + Không bắt ngờ gác máy.
- Khi gọi điện thoại
 - + Hãy xưng danh tính và mục đích cuộc gọi;
 - + Cân nhắc giờ và thời điểm gọi;
 - + Nói ngắn gọn, đủ ý (tiết kiệm thời gian và cước phí);
 - + Giọng nói nhẹ nhàng và truyền cảm;
 - + Chuẩn bị trước nội dung trao đổi;
 - + Nói lời tạm biệt khi kết thúc cuộc gọi;

- Nếu bạn nghe điện thoại hộ người khác:

Đảm bảo rằng bạn đã có những thông tin sau:

- + Tên người gọi, tên cơ quan, địa chỉ (nếu có);
- + Muốn gặp ai;
- + Cần nhắn tin hay liên hệ việc gì, chi tiết việc nhắn tin, liên hệ;
- + Khi nào thì gọi lại;
- + Muốn gọi lại bằng cách nào;
- + Nhắc lại cho người gọi để xác nhận.
- + Ghi lại nhắn tin

Trong nhiều trường hợp khi có khách gọi đến mà không gặp được người cần gặp. Người nhận điện thoại cần biết kết hợp vừa nghe, vừa ghi lại những ý chính vào phiếu nhắn tin để gần máy điện thoại.

PHIẾU NHẮN TIN	
Ngày:	
Người gọi:	
Địa chỉ:	
Điện thoại:	
Người	nhận:
Tin nhắn (ghi tóm tắt nội dung tin nhắn):	
.....	
.....	
Người ghi	
Yêu cầu	
☐ Gọi lại cho tôi	
☐ Tôi sẽ gọi lại	
☐ Khẩn	

② Giao tiếp qua Email

Trong thời đại bùng nổ thông tin như hiện nay, email được sử dụng rất rộng rãi, không chỉ để giao dịch, liên lạc với các đối tác bên ngoài mà còn được ứng dụng ngay trong nội bộ cơ quan, doanh nghiệp.

Yêu cầu:

*** Sử dụng email đúng lúc**

Hãy sử dụng email trong những trường hợp sau:

- Nội dung liên lạc cần được lưu lại;
- Đối tượng liên lạc không tiện trao đổi qua điện thoại hoặc gặp mặt trực tiếp;
- Nội dung trả lời không cần thiết phải tức thì;
- Nội dung email cần phải gửi cho nhiều người ở nhiều địa điểm khác nhau;
- Nội dung không đòi hỏi việc tranh luận và trao đổi liên tiếp.

*** Một số lưu ý khi sử dụng email**

- Viết chủ đề (subject) có ý nghĩa.
- Tiêu đề thư nên ngắn gọn, chính xác, phù hợp với nội dung và đi thẳng vào nội dung thông điệp;
- Đối với các email gửi cho nhiều hộp mail khác nhau (yahoo, gmail, hotmail), hoặc hộp mail có đuôi lạ, Subject nên giữ ở tình trạng không dấu và không có các ký tự lạ để tránh trường hợp người nhận không đọc được;
- Nội dung ngắn gọn, trình bày rõ ràng;
- Kiểm tra kỹ nội dung và lỗi chính tả trước khi gửi email;
- Sử dụng file đính kèm đã được ghi chú một cách khoa học;
- Tên file đính kèm phải rõ ràng, đặt theo trình tự thời gian hoặc nội dung công việc, kiểm tra để tránh gửi nhầm file chưa hoàn thiện cho đối tác và khách hàng;
- Với các file được đặt tên tiếng Việt, nên sử dụng chữ Việt không có dấu để tránh trục trặc khi người nhận mở file.
- Cố gắng trả lời ngay những email nhận được để cho thấy thiện chí của bạn. Nếu quá bận, chưa thể xử lý ngay email được, có thể trả lời là: "... Tôi đã nhận được email của bạn, nhưng chưa có thời gian xử lý, tôi sẽ phản hồi nhanh nhất có thể ...".

- Sử dụng chữ ký cá nhân.

*** Những việc không nên làm khi sử dụng thư điện tử - Email**

- Lạm dụng Email: Thông báo họp, xin ý kiến việc quan trọng, gửi không đúng người (những người không liên quan);
- Nội dung không xác định, trình bày dài dòng khó hiểu;
- Sai chính tả nhiều, lúc viết không dấu lúc viết có dấu;
- Không viết Subject (chủ đề) hoặc viết không đúng nội dung bên trong thư.

③ Trao tặng danh thiếp

Trao danh thiếp cho ai đó nghĩa là muốn cho họ biết bạn là ai, bạn đang làm việc ở đâu và làm cách nào họ có thể liên lạc với bạn.

*** Nguyên tắc trao nhận danh thiếp**

+ Với đối tác là người có vai vế và tuổi tác cao

Không nên chủ động đưa danh thiếp khi đối tác chưa có ý muốn bạn trao cho họ.

+ Với đối tác là người xa lạ

Không nên lôi danh thiếp ra ngay khi mới bắt đầu vào câu chuyện vì sẽ làm phiền đối tác. Họ cảm thấy như bạn đang muốn “tự quảng cáo bản thân” và sẽ không coi trọng việc nhận danh thiếp của bạn.

+ Trao danh thiếp khi đi dự tiệc

Các buổi tiệc là dịp để bạn giao lưu gặp gỡ các đối tác tiềm năng. Nhưng thường chỉ nên trao danh thiếp trước hoặc sau khi dùng cơm.

+ Hình thức danh thiếp

Danh thiếp nên được thiết kế đơn giản nhưng chứa đựng đầy đủ thông tin cần thiết, không nên thiết kế những danh thiếp màu mè hoặc chứa đựng quá nhiều thông tin.

Nếu thường xuyên giao tiếp với người nước ngoài nên thiết kế hai loại ngôn ngữ khác nhau ở hai mặt của danh thiếp.

Phần địa chỉ cơ quan, nhà riêng (nếu có thể) thì bạn nên in thêm phần tiếng Việt có đủ dấu để người đọc đỡ phải mất công đoán chữ.

Nên xếp danh thiếp ngay ngắn trong hộp đựng danh thiếp và để vào cặp táp.

Nếu một danh thiếp bị rách hoặc bị bẩn thì đừng bao giờ bạn trao cho đối tác hay khách hàng.

*** Cách thức trao nhận danh thiếp**

- Lần đầu tiên đến liên hệ công tác với một cơ quan nào đó, bạn đưa danh thiếp vào trước cho thư ký để xem người ta có đồng ý tiếp mình hay không;

- Khi trao danh thiếp cho đối tác, mặt chính của danh thiếp nên hướng lên phía trên, hướng đặt danh thiếp nên để phần họ tên thuận theo hướng nhìn của người nhận, giúp họ dễ dàng đọc được tên trên danh thiếp.

- Khi nhận danh thiếp bạn nên đọc qua ít phút để thể hiện sự tôn trọng;

- Khi đưa danh thiếp cho người đối diện, bạn nên mỉm cười, ánh mắt nhìn tập trung vào họ, nên dùng ngón tay cái kết hợp với ngón tay trỏ cầm góc trên của danh thiếp, và trao danh thiếp cho người đối diện;

- Người có chức vụ thấp hơn nên trao danh thiếp cho người có chức vụ cao hơn trước; người nam nên trao danh thiếp ra trước cho người nữ;

- Khi nhận danh thiếp do người khác đưa, bạn nên đứng dậy, mỉm cười, kết hợp giữa ngón cái và ngón trỏ nhận danh thiếp, nói câu “Cảm ơn”. Sau khi nhận xong danh thiếp nên giữ trên tay hoặc để vào nơi trang trọng.

3. Nguyên tắc giao tiếp

3.1 Yếu cầu đối với nội dung giao tiếp

Nội dung giao tiếp ảnh hưởng rất lớn đến sự thành bại của cuộc giao tiếp. Do vậy, khi chuẩn bị nội dung giao tiếp cần lưu ý các yêu cầu sau: Chính xác, rõ ràng, ngắn gọn, súc tích, hoàn chỉnh, nhất quán, cần trọng, và lịch sự.

3.2 Nguyên tắc cơ bản trong giao tiếp

Nguyên tắc là những quan điểm nhằm chỉ đạo, định hướng cho mọi hành vi, hành động GT nhằm đảm bảo cho sự thành công của quá trình giao tiếp. Những nguyên tắc này suy cho cùng là những yêu cầu ứng xử. Những yêu cầu này có tính bền vững vì nó chỉ đạo toàn bộ quá trình giao tiếp ở mọi hoàn cảnh, mọi tình huống. Tuy nhiên, chúng có tính mềm dẻo nhất định khi vận dụng vì các tình huống giao tiếp, đối tượng giao tiếp là rất đa dạng và mục đích, nhiệm vụ của mỗi cuộc giao tiếp là khác nhau. Sự mềm dẻo trong vận dụng cũng là một yếu tố đảm bảo cho quá trình giao tiếp đạt hiệu quả tối ưu.

Để thành công trong quá trình giao tiếp, các chủ thể giao tiếp phải đảm bảo bốn nguyên tắc giao tiếp cơ bản sau:

3.1 Nguyên tắc chuẩn mực, trách nhiệm trong giao tiếp

- Chuẩn mực trong lời nói, hành vi, cử chỉ, trang phục;
- Thống nhất giữa nói và làm;
- Thái độ và biểu hiện của thái độ phải phù hợp với ngôn ngữ;
- Có trách nhiệm trong việc truyền và nhận thông tin.

3.2 Nguyên tắc có thiện chí trong giao tiếp

- Luôn nghĩ tốt về đối tượng giao tiếp;
- Luôn tạo điều kiện, khích lệ đối tượng giao tiếp;
- Luôn tin tưởng đối tượng giao tiếp;
- Không định kiến với đối tượng giao tiếp;
- Bất kỳ trường hợp nào cũng không vì lợi ích cá nhân mà gây thiệt hại, xúc phạm đến danh dự, thân thể người khác.

3.3 Nguyên tắc tôn trọng nhân cách đối tượng giao tiếp

- Gây ấn tượng ban đầu tốt đẹp;
- Lắng nghe ý kiến, nhu cầu, nguyện vọng của đối tượng giao tiếp;
- Ngôn ngữ, giọng điệu, cách phát âm, dùng từ đảm bảo tính văn minh. Bất kỳ trong trường hợp nào cũng không được xúc phạm đến danh dự, phẩm giá người khác, nhất là lúc đông người;
- Biết kính trọng, khích lệ ưu điểm của người khác, biết lắng nghe và kiềm chế khi cần thiết;
- Tôn trọng sự khác biệt;
- Sử dụng trang phục phù hợp.

3.4 Nguyên tắc đồng cảm trong giao tiếp

Biết đặt vị trí của mình vào vị trí của đối tượng GT và trả lời câu hỏi: “*Nếu mình ở vị trí của họ mình sẽ ứng xử như thế nào?*”.

- + Tạo sự gần gũi, thân mật, cảm giác an toàn, tin tưởng;
- + Phá bỏ hàng rào tâm lý;
- + Biết xác định đúng không gian, thời gian giao tiếp.

Trong quá trình giao tiếp, chủ thể giao tiếp biết ứng xử phù hợp với nhu cầu, nguyện vọng, mong muốn của đối tượng giao tiếp.

4. Phong cách giao tiếp

Phong cách giao tiếp là toàn bộ hệ thống phương pháp, thủ thuật tiếp nhận, phản ứng, hành động tương đối bền vững, ổn định của cá nhân trong quá trình giao tiếp, quy định sự khác biệt giữa các cá nhân, giúp các cá nhân thích ứng với môi trường sống thay đổi để tồn tại và phát triển.

PC gồm 2 phần:

- Phần ổn định: Con người hoạt động tương đối như nhau trong những tình huống khác nhau.
- Phần linh hoạt: Sự cơ động, linh hoạt, mềm dẻo trong ứng xử, tùy thuộc lứa tuổi, nghề nghiệp, tình trạng sức khỏe, tâm trạng – Tập nhiệm → Có thể xây dựng, kiến tạo.

4.1 Phong cách độc đoán

Chủ thể GT xem nhẹ đặc điểm riêng của đối tượng GT (về cá tính, nhu cầu, động cơ, hứng thú,...), đặt ra mục đích GT xuất phát từ công việc một cách cứng nhắc (áp đặt ý kiến, hành động theo ý chủ quan của mình).

- Nhược điểm:

Bị đánh giá là “khô khan”, “vụng về”, “thiếu tế nhị”, “người của công việc”; Gây căng thẳng, ức chế, chống đối ngầm... (nhưng thường là người trung thực, thẳng thắn, có ý nghĩa lớn trong công việc),

- Ưu điểm:

Phù hợp với những công việc cần hoàn thành trong thời gian ngắn, phải có biện pháp giải quyết dứt khoát, kiên quyết, cứng rắn (trong chiến tranh, thiên tai khẩn cấp,...).

4.2 Phong cách tự do

Phong cách giao tiếp tự do, phóng khoáng, dễ thay đổi mục đích, chiều theo mọi nhu cầu, nguyện vọng,... của ĐTGTT.

- Ưu điểm:

Phát huy tính tích cực của con người, làm cho mọi người được thoải mái tâm lý, kích thích sự sáng tạo của cấp dưới trong công việc.

- Nhược điểm:

Dễ nảy sinh tự do quá trớn, phá hỏng kỷ luật, tạo ra sự lộn xộn, vô tổ chức.

Yêu cầu:

Phong cách này lại đòi hỏi các chủ thể giao tiếp phải có trình độ nhận thức cao, tính tự giác, ý thức trách nhiệm, ý thức tập thể cao.

4.3 Phong cách dân chủ

Chủ thể giao tiếp luôn tôn trọng nhân cách mọi người.

- ✓ Sự ứng xử tinh tế, nhẹ nhàng dễ tạo nên bầu không khí thân mật, gần gũi, tin cậy lẫn nhau.
- ✓ Giải phóng tâm lý cấp dưới khỏi sức ép áp đặt của quyền lực, làm đầu óc con người tỉnh táo, sức sáng tạo dễ bùng phát, mang lại những hiệu quả to lớn trong công việc.

Phong cách này đã và đang được hình thành, phát triển và được xã hội ủng hộ vì nó đưa con người dần đến văn minh, tiến bộ, hạnh phúc.

3.2 Nguyên tắc cơ bản trong giao tiếp

Nguyên tắc là những quan điểm nhằm chỉ đạo, định hướng cho mọi hành vi, hành động GT nhằm đảm bảo cho sự thành công của quá trình giao tiếp. Những nguyên tắc này suy cho cùng là những yêu cầu ứng xử. Những yêu cầu này có tính bền vững vì nó chỉ đạo toàn bộ quá trình giao tiếp ở mọi hoàn cảnh, mọi tình huống. Tuy nhiên, chúng có tính mềm dẻo nhất định khi vận dụng vì các tình huống giao tiếp, đối tượng giao tiếp là rất đa

dạng và mục đích, nhiệm vụ của mỗi cuộc giao tiếp là khác nhau. Sự mềm dẻo trong vận dụng cũng là một yếu tố đảm bảo cho quá trình giao tiếp đạt hiệu quả tối ưu.

Để thành công trong quá trình giao tiếp, các chủ thể giao tiếp phải đảm bảo bốn nguyên tắc giao tiếp cơ bản sau:

3.2 Nguyên tắc chuẩn mực, trách nhiệm trong giao tiếp

- Chuẩn mực trong lời nói, hành vi, cử chỉ, trang phục;
- Thống nhất giữa nói và làm;
- Thái độ và biểu hiện của thái độ phải phù hợp với ngôn ngữ;
- Có trách nhiệm trong việc truyền và nhận thông tin.

3.2 Nguyên tắc có thiện chí trong giao tiếp

- Luôn nghĩ tốt về đối tượng giao tiếp;
- Luôn tạo điều kiện, khích lệ đối tượng giao tiếp;
- Luôn tin tưởng đối tượng giao tiếp;
- Không định kiến với đối tượng giao tiếp;
- Bất kỳ trường hợp nào cũng không vì lợi ích cá nhân mà gây thiệt hại, xúc phạm đến danh dự, thân thể người khác.

3.3 Nguyên tắc tôn trọng nhân cách đối tượng giao tiếp

- Gây ấn tượng ban đầu tốt đẹp;
- Lắng nghe ý kiến, nhu cầu, nguyện vọng của đối tượng giao tiếp;
- Ngôn ngữ, giọng điệu, cách phát âm, dùng từ đảm bảo tính văn minh. Bất kỳ trong trường hợp nào cũng không được xúc phạm đến danh dự, phẩm giá người khác, nhất là lúc đông người;
- Biết kính trọng, khích lệ ưu điểm của người khác, biết lắng nghe và kiềm chế khi cần thiết;
- Tôn trọng sự khác biệt;
- Sử dụng trang phục phù hợp.

3.4 Nguyên tắc đồng cảm trong giao tiếp

Biết đặt vị trí của mình vào vị trí của đối tượng GT và trả lời câu hỏi: “*Nếu mình ở vị trí của họ mình sẽ ứng xử như thế nào?*”.

- + Tạo sự gần gũi, thân mật, cảm giác an toàn, tin tưởng;
- + Phá bỏ hàng rào tâm lý;
- + Biết xác định đúng không gian, thời gian giao tiếp.