

Рычаги влияния

Код: SS-016

Длительность: 22 ч.

Описание:

В ходе обучения слушатели получают представление о природе и возможностях применения основных рычагов влияния, не связанных с делегируемой властью. В курсе рассматриваются когнитивный диссонанс, эмоциональное заражение, использование существующих и создание собственных социальных символов, влияние через контекст.

Цели:

Пройдя курс, слушатели смогут:

1. Понимать теоретическую основу применения и использовать на практике основные рычаги влияния.
2. Распознавать ситуации применения основных рычагов влияния окружающими и уметь эффективно отстаивать свои интересы в таких ситуациях.
3. Осознавать источник психологического давления «сверху» в социальной иерархии и оказывать влияние «снизу вверх» (manage upwards).
4. Овладеть навыками влияния в ситуациях отсутствия формальной власти.

Разбираемые темы:

Часть 1. Смысл лидерства.

1. Как работает современная корпорация.
2. Смысл существования иерархических организаций. Иерархия и рабочая группа.
3. Формальные и неформальные системы коммуникаций. Сеть личных контактов как главный ресурс работника в современной корпорации.
4. Лидер и менеджер в современной корпорации.
5. Корпорация будущего.

Часть 2. Лидер и группа.

1. Может ли группа обойтись без лидера?
2. Множественность сетей социальных контактов. Инструментальное и эмоциональное лидерство. Обеспечение центральности лидера в сети социальных контактов.
3. Что делает человека лидером?
4. Сплоченная группа как социальный организм. Социальные роли в группе. Самоидентификация членов группы.

5. Идеальный лидер в глазах последователей.

Часть 3. Рычаги влияния

1. Эмоциональное заражение.

- Ранние исследования эмоционального заражения.
- Механизм эмоционального заражения.
- Эффективная передача эмоционального фона.
- Асимметричность изменений эмоционального фона.
- Контексты, облегчающие эмоциональное заражение.
- Эмоциональное заражение и гендерные различия.

2. Когнитивный диссонанс

- Общее представление о работе когнитивной системы человека, неизбежность и ожидаемость сбоев в ее работе. Определение когнитивного диссонанса.
- Возможности создания когнитивного диссонанса.
- Необходимость контролируемого разрешения когнитивного диссонанса.
- Ограничения использования когнитивного диссонанса для оказания влияния. Типовые ошибки.
- Некоторые частные аспекты оказания влияния через когнитивный диссонанс (постепенность, неизбежность, срочность)

3. Влияние через символы

- Роль сигнальных стимулов в когнитивной системе человека и животных.

- Функции символов в социальной среде.
 - Оказание влияния через символы.
Реинтерпретация существующих и создание собственных символов.
 - Лидер как символ. Управление имиджем лидера. Стадии лидерства.
4. Влияние через контекст.

- Контекст как фактор, определяющий поведение.
- Опыты Милграма о влиянии контекста на поведение людей.
- Социальный контекст. Расширенный контекст. Проблемы социального контекста в корпорациях.
- Создание социального контекста в особо крупных масштабах.

Целевая аудитория:

- Менеджер проектов
- Руководители проектных групп
- Все, кто хочет научиться эффективно использовать Рычаги влияния, не связанные с делегируемой властью.

Предварительная подготовка - общее:

Наличие менеджерского опыта от 1 года.