



MINISTERSTWO EDUKACJI  
NARODOWEJ



**Halina Zwolska**

## **Kreowanie wizerunku jednostki organizacyjnej 343[01].Z3.07**

**Poradnik dla ucznia**

**Wydawca**

**Instytut Technologii Eksploatacji – Państwowy Instytut Badawczy  
Radom 2006**

Recenzenci:

mgr inż. Małgorzata Budzicz

mgr inż. Beata Ostrowska

Opracowanie redakcyjne:

mgr Halina Zwolska

Konsultacja:

dr Elżbieta Sałata

Poradnik stanowi obudowę dydaktyczną programu jednostki modułowej 343[01].Z3.07 „Kreowanie wizerunku jednostki organizacyjnej” zawartego w modułowym programie nauczania dla zawodu technik administracji 343[01].

Wydawca

Instytut Technologii Eksploatacji – Państwowy Instytut Badawczy, Radom 2006

# SPIS TREŚCI

|  |    |
|--|----|
| <b>1. Wprowadzenie</b>   | 3  |
| <b>2. Wymagania wstępne</b>  | 5  |
| <b>3. Cele kształcenia</b>   | 6  |
| <b>4. Materiał nauczania</b>   | 7  |
| <b>4.1. Wizerunek (image) jednostki organizacyjnej. Czynniki, etapy i narzędzia</b>      | 7  |
| 4.1.1. Materiał nauczania  | 7  |
| 4.1.2. Pytania sprawdzające  | 8  |
| 4.1.3. Ćwiczenia   | 9  |
| 4.1.4. Sprawdzian postępów   | 9  |
| <b>4.2. Rola pracownika urzędu w kreowaniu wizerunku jednostki organizacyjnej</b>        | 10 |
| 4.2.1. Materiał nauczania  | 10 |
| 4.2.2. Pytania sprawdzające  | 12 |
| 4.2.3. Ćwiczenia   | 12 |
| 4.2.4. Sprawdzian postępów   | 14 |
| <b>4.3. Procedury zachowań pracownika administracji</b>                                  | 15 |
| 4.3.1. Materiał nauczania  | 15 |
| 4.3.2. Pytania sprawdzające  | 17 |
| 4.3.3. Ćwiczenia   | 18 |
| 4.3.4. Sprawdzian postępów   | 20 |
| <b>4.4. Rodzaje, elementy i formy komunikacji interpersonalnej</b>                       | 21 |
| 4.4.1. Materiał nauczania  | 21 |
| 4.4.2. Pytania sprawdzające  | 25 |
| 4.4.3. Ćwiczenia   | 25 |
| 4.4.4. Sprawdzian postępów   | 27 |
| <b>4.5. Tworzenie i redagowanie materiałów informacyjnych o jednostce organizacyjnej</b> | 28 |
| 4.5.1. Materiał nauczania  | 28 |
| 4.5.2. Pytania sprawdzające  | 30 |
| 4.5.3. Ćwiczenia   | 31 |
| 4.5.4. Sprawdzian postępów   | 31 |
| <b>5. Sprawdzian osiągnięć</b>   | 32 |
| <b>6. Literatura</b>   | 37 |

# 1. WPROWADZENIE

Poradnik ten pomoże Ci w przyswajaniu wiedzy z zakresu organizacji prac biurowo-administracyjnych, form i technik komunikowania się, sporządzania materiałów informacyjnych o jednostce organizacyjnej oraz kształtowania umiejętności kreowania pozytywnego wizerunku jednostki organizacyjnej.

Poradnik zawiera:

- wykaz literatury, z jakiej możesz korzystać podczas nauki,
- wykaz umiejętności, jakie powinieneś mieć przed przystąpieniem do realizacji tej jednostki modułowej,
- wykaz umiejętności, jakie ukształtujesz podczas pracy z tym poradnikiem,
- materiał nauczania, czyli wiadomości teoretyczne niezbędne do opanowania treści jednostki modułowej,
- zestawy pytań, które pomogą Ci sprawdzić, czy już opanowałeś podane treści,
- ćwiczenia, które mają na celu wykształcenie Twoich umiejętności praktycznych,
- sprawdzian postępów, czyli przykładowy zestaw pytań, który umożliwi Ci sprawdzenie poziomu wiedzy po wykonaniu ćwiczeń. Pozytywny wynik sprawdzianu potwierdzi, że dobrze pracowałeś podczas lekcji i że nabyłeś wiedzę i umiejętności z zakresu tej jednostki modułowej,
- sprawdzian osiągnięć, który posłuży nauczycielowi do przeprowadzenia sprawdzianu poziomu przyswojonych przez Ciebie wiadomości i ukształtowanych umiejętności.

W materiale nauczania zostały omówione zagadnienia dotyczące treści z obszaru funkcji i metod kreowania wizerunku jednostki organizacyjnej, w tym: roli pracownika w tworzeniu image firmy, procedur zachowania pracownika administracji, elementów komunikacji interpersonalnej oraz zasad redagowania materiałów informacyjnych o jednostce organizacyjnej.

Kolejnym etapem będzie wykonywanie ćwiczeń, których celem jest uzupełnienie i utrwalenie wiadomości.

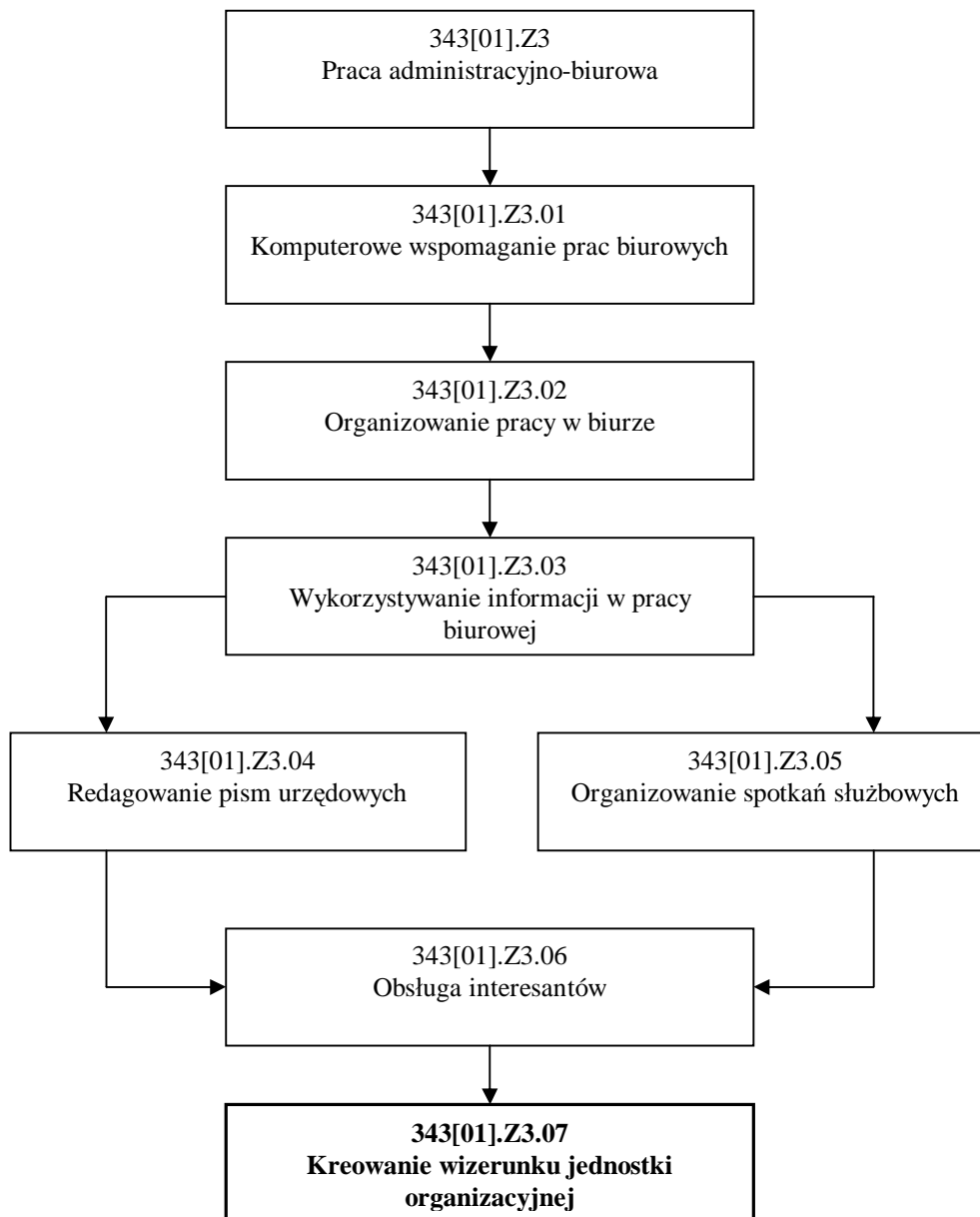
Po wykonaniu ćwiczeń, sprawdź poziom swoich postępów, rozwiązując test Sprawdzian postępów, zamieszczony po ćwiczeniach. W tym celu:

- przeczytaj pytania i odpowiedz na nie,
- podaj odpowiedź, wstawiając X w odpowiednie miejsce,
  - wpisz TAK jeśli Twoja odpowiedź na pytanie jest pozytywna,
  - wpisz NIE jeśli Twoja odpowiedź na pytanie jest negatywna.

Odpowiedzi NIE wskazują na luki w Twojej wiedzy, informują Cię również, jakich zagadnień jeszcze dobrze nie opanowałeś. Oznacza to także powrót do treści, które nie są dostatecznie opanowane.

Poznanie przez Ciebie wszystkich lub określonej części wiadomości będzie stanowiło dla nauczyciela podstawę przeprowadzenia sprawdzianu poziomu przyswojonych wiadomości i ukształtowanych umiejętności. W tym celu nauczyciel posłuży się Zestawem zadań testowych, który zawiera:

- instrukcję, w której omówiono tok postępowania podczas przeprowadzania sprawdzianu,
- przykładową kartę odpowiedzi, w której, w przeznaczonych miejscach wpisz odpowiedzi na zadania, będzie to stanowić dla Ciebie trening przed sprawdzianem zaplanowanym przez nauczyciela.



Schemat układu jednostek modułowych

## 2. WYMAGANIA WSTĘPNE

Przystępując do nowego etapu nauki w zakresie programu jednostki modułowej Kreowanie wizerunku jednostki organizacyjnej, powinieneś umieć:

- posługiwać się podstawowymi pojęciami z dziedziny organizacji i zarządzania,
- poszukiwać informacji w różnych źródłach,
- selekcjonować, porządkować i przechowywać informacje,
- oceniać własne możliwości sprostania wymaganiom stanowiska pracy i wybranego zawodu,
- korzystać z podstawowych źródeł prawa,
- użytkować nowoczesny sprzęt biurowy,
- obsługiwać komputer na poziomie podstawowym,
- pracować w grupie,
- rozróżniać i określać, co znaczy odpowiedzialność służbowa i materialna,
- rozumieć znaczenie postawy lojalnej, dyspozycyjnej i dyskretnej,
- uczestniczyć w dyskusji, prezentacji,
- prezentować za pomocą działań matematycznych wyniki badań prostych zagadnień,
- oceniać własne możliwości sprostania wymaganiom wybranego zawodu,
- identyfikować własne cechy osobowości, umiejętności,
- wykazywać się znajomością podstawowych zasad bezpieczeństwa i higieny pracy.

### **3. CELE KSZTAŁCENIA**

W wyniku realizacji programu jednostki modułowej powinieneś umieć:

- określić czynniki wpływające na wizerunek przedsiębiorstwa,
- określić rolę pracownika w kreowaniu wizerunku urzędu,
- stworzyć pozytywny wizerunek pracownika administracji,
- określić procedury zachowań pracownika administracji,
- wystąpić na forum publicznym,
- zastosować procedury zachowań pracownika administracji,
- stworzyć dobre relacje z otoczeniem,
- opracować materiały informacyjne o jednostce organizacyjnej.

## 4. MATERIAŁ NAUCZANIA

### 4.1. Wizerunek (image) jednostki organizacyjnej. Czynniki, etapy i narzędzia

#### 4.1.1. Materiał nauczania

Wizerunek przedsiębiorstwa (image) jest jego obrazem wśród ludzi, którzy się z nim spotykają – klientów, kontrahentów, urzędników, pracowników i innych. Inaczej mówiąc, jest on tym, co ludzie myślą o danej organizacji.

Wizerunek organizacji to sposób, w jaki firma jest oceniana ze względu na swe powiązania z otoczeniem, jako członek pewnej społeczności. Dobry wizerunek oznacza w tym wypadku przyjazne kontakty ze społecznością lokalną.

Tworzenie wizerunku firmy to budowanie dobrych stosunków między firmą a różnymi uczestnikami środowiska zewnętrznego oraz zabieganie o korzystną ocenę działań firmy.

Poprzez kształtowanie własnego wizerunku dana jednostka organizacyjna może wpływać na to, jak jest postrzegana przez otoczenie.

Pozytywny i wyróżniający się wizerunek jest wartością, mocną stroną danej jednostki. Z tego też względu konieczna jest ciągła i aktywna praca nad jego kreowaniem.

Wizerunek organizacji kształtowany jest przez wiele czynników, które można sprowadzić do ogólnej zasady polegającej na eksponowaniu cech pozytywnych jednostki i na ukrywaniu cech negatywnych.

Czynniki mające wpływ na wizerunek organizacji to:

- wystrój firmy, np. jednolita aranżacja pomieszczeń biurowych, meble biurowe,
- zewnętrzny wygląd firmy, np. budynek, tereny zielone,
- wygląd pracowników, np. wprowadzanie jednolitych akcentów stroju powiązanych z rodzajem prowadzonej działalności,
- logo firmy, kolorystyka, znak firmowy,
- forma i sposób komunikowania się z otoczeniem,
- sposób odnoszenia się do klientów,
- respektowanie wspólnych wartości, np. dyscyplina pracy, etyka zawodowa,
- przestrzeganie zasad kultury współżycia [2, s. 101].

Etapy kształtowania wizerunku to:

#### 1. Analiza istniejącego wizerunku.

Chcąc budować pozytywny wizerunek, organizacja musi określić najpierw te części swojego otoczenia, na które będzie oddziaływać w dalszych etapach i których opinie będą dla niej reprezentatywne. Niezbędne jest też określenie stopnia znajomości danej organizacji – czy jest ona w ogóle zauważana przez otoczenie. Celem dalszej analizy jest poznanie aktualnego wizerunku organizacji:

- własnego – w jaki sposób postrzega je kierownictwo i pracownicy;
- obcego – obcy obraz tworzą rzeczywiste wyobrażenia otoczenia o firmie.

#### 2. Określenie celów.

Polega na wybraniu przez organizację docelowego wizerunku, a więc ideału, do którego będzie ono konsekwentnie dążyć. Pomocne może być tu zdefiniowanie misji przedsiębiorstwa. Stanowi ona bowiem podstawę działania i podejmowania decyzji, czyli cel nadrzędny, któremu ma służyć dana organizacja. Na tym etapie organizacja musi dokonać wyboru, czy jej działania mają zmierzać do:

- zbudowania nowego wizerunku od podstaw,
- zmiany obecnego wizerunku,
- utrzymania dotychczasowego wizerunku.



3. Planowanie. Na etap planowania składa się:
  - wybór instrumentów kształtowania wizerunku – jest on uzależniony od specyfiki działalności organizacji i jej indywidualnych potrzeb,
  - opracowanie harmonogramu działań – w tej fazie planowania niezbędne jest ustalenie i rozplanowanie w czasie szczegółowych działań w ramach każdego z instrumentów kształtowania wizerunku. Na przykład w odniesieniu do reklamy należy dokonać wyboru mediów, treści i formy przekazu,
  - ustalenie budżetu – realizacja zaplanowanych działań nie jest możliwa bez wydzielenia na ten cel odpowiednich funduszy. Ich wielkość zależy od wielu czynników, przede wszystkim od możliwości finansowych danej organizacji.
4. Realizacja i kontrola. Na tym etapie organizacja powinna uważnie obserwować otoczenie, zarówno wewnętrzne, jak i zewnętrzne. Zachodzące zmiany mogą oznaczać konieczność uaktualnienia planu i dostosowania go do nowej sytuacji. Kontrola, powinna być prowadzona na wszystkich etapach procesu kształtowania wizerunku firmy. Powinna ona stale monitorować wszelkie działania prowadzone w ramach tego procesu, bowiem najmniejsze nawet niedopatrzenie może niekorzystnie odbić się na stworzonym dopiero wizerunku. Kontrola jako ostatni etap tego procesu oznacza porównanie ustalonych wcześniej celów z otrzymanymi rezultatami. Na tym etapie należy stwierdzić, czy i w jakim stopniu aktualny wizerunek odpowiada planowanemu.

Kreowanie wizerunku danej jednostki administracyjnej jest procesem stałej i aktywnej pracy, a nie jednorazowym przedsięwzięciem. Image należy budować systematycznie i wykorzystywać w tym celu wszystkie możliwe środki komunikowania się z otoczeniem.

Wypracowanie pozytywnego wizerunku musi być ściśle powiązane z działaniami promocyjnymi, a zwłaszcza z działaniami z zakresu public relations.

Podstawowymi narzędziami kreowania wizerunku danej jednostki administracyjnej są: slogan i logo.

**Slogan reklamowy** to używane przez lata hasło, które wspiera określenie pozycji danej jednostki organizacyjnej na rynku. Musi być on niepowtarzalny, wiarygodny i łatwy do zapamiętania. Powinien wywoływać pozytywne skojarzenia i zawierać pewną treść emocjonalną. Dana jednostka powinna być nierozzerwalnie kojarzona z danym sloganem.

**Logo** (znak graficzny) – jest graficznym, wizualnym uzupełnieniem sloganu reklamowego i podstawą identyfikacji danej jednostki organizacyjnej. Podobnie jak slogan reklamowy, logo powinno odróżniać się od innych i być łatwe do zapamiętania (kojarzenia) i o ile to możliwe mieć bezpośredni związek z organizacją lub jej działalnością. W przypadku miast i gmin jako logo może być wykorzystywany herb.

Głównym celem procesu kreowania wizerunku jest przede wszystkim wywołanie u patentów związków emocjonalnych z organizacją. Utrzymanie dobrego wizerunku wymaga ciągłych starań, jest niekończącą się nigdy ciężką pracą.

#### 4.1.2. Pytania sprawdzające

Odpowiadając na pytania, sprawdzisz, czy jesteś przygotowany do wykonania ćwiczeń.

1. Jak zdefiniujesz pojęcie wizerunek organizacji?
2. Na czym polega tworzenie pozytywnego wizerunku organizacji?
3. Jakie czynniki mają wpływ na wizerunek firmy?
4. Jakie znasz etapy kształtowania wizerunku?
5. Jak scharakteryzujesz poszczególne etapy kształtowania wizerunku?
6. Jakie znasz narzędzia kreowania wizerunku jednostki organizacyjnej?

### 4.1.3. Ćwiczenia

#### Ćwiczenie 1

Wyszukaj z Internetu informacje o dowolnej jednostce terytorialnej, a następnie opracuj w grupie, w formie plakatu slogan reklamowy dla tej jednostki. Uwzględnij to, że musi być on niepowtarzalny i łatwy do zapamiętania, a dana jednostka powinna być nierozzerwalnie kojarzona z danym sloganem.

Sposób wykonania ćwiczenia

Aby wykonać ćwiczenie, powinieneś:

- 1) przeanalizować materiał nauczania,
- 2) zgromadzić materiały i przybory potrzebne do wykonania ćwiczenia,
- 3) wyszukać z Internetu informacje o wybranej jednostce terytorialnej,
- 4) opracować w formie plakatu slogan reklamowy,
- 5) zaprezentować swoją pracę na forum klasy.

Wyposażenie stanowiska pracy:

- komputer z dostępem do Internetu,
- arkusze papieru,
- kolorowe kartki,
- materiały biurowe, w tym: kolorowe pisaki, klej, nożyczki,
- literatura zgodna z rozdziałem 6 Poradnika dla ucznia.

#### Ćwiczenie 2

Wymień czynniki mające wpływ na wizerunek organizacji. Charakterystykę poszczególnych czynników przedyskutuj wspólnie z grupą. Dokonaj uzupełnienia swoich charakterystyk, uwzględniając ciekawe uwagi innych uczestników.

Sposób wykonania ćwiczenia

Aby wykonać ćwiczenie, powinieneś:

- 1) przeanalizować materiał nauczania,
- 2) odpowiedzieć na zadane pytanie.

Wyposażenie stanowiska pracy:

- literatura zgodna z rozdziałem 6 Poradnika dla ucznia.

### 4.1.4. Sprawdzian postępów

**Czy potrafisz:**

- |   | <b>Tak</b>               | <b>Nie</b>               |
|---|--------------------------|--------------------------|
| 1) wyjaśnić pojęcie wizerunek organizacji?                                    | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 2) scharakteryzować czynniki mające wpływ na tworzenie wizerunku organizacji? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 3) wymienić etapy kształtowania wizerunku?                                    | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 4) scharakteryzować narzędzia kreowania wizerunku organizacji?                | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

## **4.2. Rola pracownika urzędu w kreowaniu wizerunku jednostki organizacyjnej**

### **4.2.1. Materiał nauczania**

Ogromny udział w kreowaniu wizerunku urzędu mają jego pracownicy, ponieważ to właśnie oni mają kontakt z patentami i udzielają im informacji. Dlatego bardzo ważne jest, aby każdy pracownik zdawał sobie z tego sprawę i przestrzegał kilku zasad, które mają istotny wpływ na wizerunek samego pracownika, ale też i urzędu.

Do najważniejszych elementów dobrego wizerunku pracownika należy jego wygląd zewnętrzny, ale również sposób wypowiedzania się, telefonowania, pisanie listów. Wygląd zewnętrzny pracownika urzędu jest częścią wizerunku firmy. Pracownik musi wykreować obraz – image. Jest to jedno z ważniejszych służbowych zadań. Wygląd pracownika nie jest jego sprawą prywatną. Każda osoba jest istotą niepowtarzalną, mającą swój styl, nawyki, przyzwyczajenia i temperament. Zgranie tych wszystkich elementów, przy uwzględnieniu aktualnych trendów mody, zasobów finansowych, oraz podporządkowanie całości interesom firmy jest sprawą niezwykle trudną, ale konieczną dla stworzenia pozytywnego wizerunku organizacji.

A zatem pracownik, który kreuje pozytywny wizerunek urzędu powinien być profesjonalistą w każdej czynności, którą wykonuje, począwszy od utrzymywania porządku na swoim stanowisku pracy, poprzez swoją aparycję, a skończywszy na kontaktach z otoczeniem zarówno wewnętrznym jak i zewnętrznym.

Wizerunek pracownika urzędu jest wypadkową następujących elementów:

#### **1. Stanowisko pracy.**

Stanowisko pracy jest istotnym elementem wizerunku pracownika, ponieważ na podstawie jego wyglądu można określić, czy pracownik jest osobą zorganizowaną, potrafiącą szybko odnaleźć się w każdej sytuacji. Dlatego bardzo ważne jest, aby wszystkie urządzenia były rozmieszczone w sposób ergonomiczny – zgodnie z obowiązującymi przepisami w zakresie bezpieczeństwa i higieny pracy. Istotny jest też wystrój pomieszczenia, w którym znajduje się stanowisko pracy pracownika, bowiem ten element również ma wpływ na wizerunek organizacji, zwłaszcza, gdy pomieszczenie to odwiedzają osoby trzecie, petenci. W takim wypadku powinno się zadbać o odpowiednią estetykę pomieszczenia, aby zarówno pracownicy, jak i osoby odwiedzające to pomieszczenie czuli się w nim dobrze. Każdy element powinien być dopracowany w najdrobniejszym szczególe. Należy zwrócić szczególną uwagę na meble, oświetlenie, kolorystykę, roślinność.

#### **2. Ubiór.**

Innym istotnym elementem wizerunku pracownika jest jego ubiór. Z jednej strony odzwierciedla on jego osobowość, z drugiej – musi być dostosowany do jego stanowiska, zawodu i sytuacji, w których znajduje się pracownik. Najważniejszy jednak jest fakt, iż strój musi być czysty, wyprasowany, o odpowiednim rozmiarze oraz dostosowany do sytuacji, np. inaczej ubierze się pracownik odbywający w danym dniu ważne spotkanie służbowe i inaczej będzie wyglądał pracownik, który pozostaje w firmie na swoim miejscu pracy. Najbardziej pożądanym strojem kobiecym przy kreowaniu profesjonalnego wizerunku pracownika jest kostium. Obowiązany jest on określoną kolorystyką: od popielatego, poprzez beż i granat, aż po antracyt, a nawet czerń. Jeśli zaś chodzi o mężczyzn, to główną częścią ich stroju jest garnitur w odcieniach od popielatego po ciemny antracyt. Nieodzowną częścią kobiecej biurowej garderoby są rajstopy. Powinny być noszone o każdej porze roku, nawet latem. Bez względu na trendy powinny być gładkie, w naturalnym kolorze, zharmonizowane z kolorem butów albo spódnicy.

### **3. Obuwie.**

Podstawą estetycznego wyglądu są buty dobrej marki. Obuwie, które nosimy w pracy, powinno być wygodne, powinno mieć odpowiednią prezencję i prawidłowy kształt. But „biurowy” powinien być odpowiedniego koloru, zharmonizowany ze strojem i rajstopami. Buty noszone w pracy przez panie powinny być zazwyczaj zakryte, wyjątkowo dopuszcza się buty z odsłoniętymi piętami.

### **4. Fryzura, makijaż.**

Są to najbardziej zmienne elementy wizerunku pracownika, lansowane w każdym sezonie przez fryzjerów i wizażystów. Uczesanie, poza jakością włosów i ich kolorem, musi uwzględniać typ, wiek i kształt twarzy oraz proporcje figury. Ważne jest, aby fryzura była łatwa do ułożenia i nienaszpikowana błyszczącymi spinkami lub grzebykami. Do codziennego makijażu należy używać kosmetyków najnowszej generacji, które ukrywają niedostatki urody. Nie należy stosować zbyt krzykliwych kolorów. Makijaż biurowy powinien być dyskretny, w pastelowym odcieniu, zrobiony na zadbanej i oczyszczonej twarzy.

### **5. Sposób poruszania się, mówienia, zachowania się.**

Jest on obserwowany w różnych codziennych sytuacjach, dlatego ważne jest, aby zwracać uwagę na te elementy w trakcie wykonywania czynności zarówno w pracy, jak i poza nią. Oprócz wyprostowanej postawy istotne jest, aby nie trzymać rąk w kieszeniach, gdyż nie jest to dobrze kojarzone przez otoczenie. Poza tym w trakcie poruszania bardzo ważne jest, aby ręce swobodnie opuszczać, gdyż wtedy wygląda to najlepiej. Rąk nie powinno spletać się na piersi, gdyż odczytywane jest to jako brak otwartości w stosunku do rozmówcy. Podczas rozmowy dłonie najlepiej trzymać na wysokości pasa, ze splecionymi palcami oznaczającymi uwagę wobec rozmówcy i przyjazne nastawienie. W trakcie rozmowy ważne jest utrzymywanie odpowiedniego tempa wypowiedzi. W zależności od znajomości tematu przez rozmówców o pewnych rzeczach mówi się szybciej lub wolniej. Również siła głosu ma istotne znaczenie, gdyż ją również należy dostosowywać do sytuacji i rozmówcy, np. zbyt głośne mówienie może przeszkadzać w pracy innym pracownikom. Oprócz tego prowadząc rozmowę, należy wykazać się umiejętnością słuchania rozmówcy i w żadnym przypadku nie przerywać mu w pół słowa.

Należy tu jeszcze wspomnieć, że do elementów wpływających pozytywnie na sposób zachowania, oprócz wymienionych wcześniej, należą jeszcze: punktualność, słowność, dyskrecja, uprzejmość, takt i życzliwość wobec innych oraz przede wszystkim *savoir-vivre*.

Najlepszym elementem kształtowania wizerunku jest autoprezentacja, pozwala ona, bowiem na ukrywanie niektórych swoich wad, by uwydatnić zalety. Każdy pracownik w sytuacjach, w których reprezentuje swoją firmę, powinien ukrywać swą zawiść, agresję czy inne równie negatywne nastroje, smutki i żale, by prezentować swoje umiejętności, wiedzę i doświadczenie oraz okazywać swoją pracowitość, uczciwość i sumienność. Wszystko to bowiem wpływa na opinię innych ludzi o samym pracowniku oraz o firmie, która zatrudnia doświadczonych pracowników, a więc jest w stanie zaspokoić oczekiwania potencjalnego klienta w profesjonalny sposób.

### **6. Cechy osobowe.**

Oprócz kwalifikacji zawodowych i społecznych pracowników urzędu powinna cechować pewna predyspozycja osobowa. Do najważniejszych cech osobowych, istotnych zarówno dla pracodawcy, współpracowników, jak i obsługiwanych klientów należy zaliczyć:

- lojalność – oznacza identyfikowanie się z celami firmy, podporządkowanie interesom firmy, tworzenie jej pozytywnego wizerunku, co w praktyce przekłada się na: zakaz krytykowania przełożonych i współpracowników, dochowanie tajemnicy służbowej, mówienie pozytywnie o własnej firmie;

- dyspozycyjność – dotyczy dwóch płaszczyzn: oznacza możliwość poświęcenia swego czasu dla potrzeb firmy w zakresie przekraczającym normowany czas pracy oraz gotowość pracownika do wykonania każdej czynności, która nie należy do jego obowiązków, ale jej wykonanie jest niezbędne, wskazane i konieczne;
- kreatywność – w potocznym rozumieniu słowo „kreatywny” oznacza „twórczy”, „poszukujący nowych rozwiązań” [2, s. 107–108].

#### 4.2.2. Pytania sprawdzające

Odpowiadając na pytania, sprawdzisz, czy jesteś przygotowany do wykonania ćwiczeń.

1. Jakie zachowania pracowników mają wpływ na kształtowanie wizerunku organizacji?
2. Jakie znaczenie ma właściwie zorganizowane stanowisko pracy?
3. Jakie elementy wewnątrz pomieszczeń urzędu odwiedzanych przez patentów mają wpływ na opinie o samym urzędzie?
4. Jakie elementy składają się na wygląd zewnętrzny pracownika biurowego?
5. Jakie fragmenty wyglądu zewnętrznego „rzucają się w oczy” podczas kontaktu służbowego?
6. Jakie są ogólne zasady właściwego ubioru pracownika urzędu?
7. Jakie są ogólne zasady właściwego zachowania pracownika urzędu?
8. Jak wyjaśnisz znaczenie słów:
  - lojalność,
  - dyspozycyjność,
  - kreatywność?

#### 4.2.3. Ćwiczenia

##### Ćwiczenie 1

Uzupełnij tabelę, wpisując cechy pozytywne i negatywne pracownika kształtującego wizerunek urzędu.

| Cechy pozytywne  | Cechy negatywne   |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- nienaganny strój,</li> <li>- staranny makijaż,</li> <li>- twarz wyrażająca zainteresowanie w kontaktach z patentami,</li> <li>- gotowość wykonywania czynności służbowych po godzinach pracy,</li> <li>.....</li> <li>.....</li> <li>.....</li> <li>.....</li> <li>.....</li> <li>..... itp.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- prywatne rozmowy ze służbowego telefonu,</li> <li>- niepunktualność,</li> <li>- krzykliwy makijaż,</li> <li>.....</li> <li>.....</li> <li>.....</li> <li>..... itp.</li> </ul> |

Sposób wykonania ćwiczenia

Aby wykonać ćwiczenie, powinieneś:

- 1) przeanalizować materiał nauczania,
- 2) zgromadzić materiały i przybory potrzebne do wykonania ćwiczenia,

---

„Projekt współfinansowany ze środków Europejskiego Funduszu Społecznego”

- 3) uzupełnić tabelę zgodnie z poleceniem,
- 4) zaprezentować pracę na forum klasy.

Wyposażenie stanowiska pracy:

- przybory do pisania,
- literatura zgodna z rozdziałem 6 Poradnika dla ucznia.

## **Ćwiczenie 2**

Opisz, jak powinien prezentować się pracownik urzędu podczas specjalnych uroczystości odbywających się w nim.

Sposób wykonania ćwiczenia

Aby wykonać ćwiczenie, powinieneś:

- 1) przeanalizować materiał nauczania,
- 2) zgromadzić materiały i przybory potrzebne do wykonania ćwiczenia,
- 3) dokonać opisu zgodnie z poleceniem,
- 4) zaprezentować pracę na forum klasy.

Wyposażenie stanowiska pracy:

- przybory do pisania,
- arkusz papieru,
- literatura zgodna z rozdziałem 6 Poradnika dla ucznia.

## **Ćwiczenie 3**

Wspólnie z kolegą lub koleżanką zainscenizujcie rozmowę na dowolny temat, nagrywając ją na taśmę magnetofonową. Wspólnie z grupą dokonajcie analizy waszej rozmowy poprzez ocenę atrakcyjności mówienia (sugestywność, komunikatywność, poprawność gramatyczna i stylistyczna), ocena dykcji, siły głosu, tempa wypowiedzi. Poproście wybraną osobę z grupy, aby oceniła Waszą umiejętność słuchania i udzielania odpowiedzi.

Sposób wykonania ćwiczenia

Aby wykonać ćwiczenie, powinieneś:

- 1) przeanalizować materiał nauczania,
- 2) przeprowadzić rozmowę na dowolny temat, nagrywając ją na dyktafon,
- 3) dokonać oceny,
- 4) uwzględnić uwagi koleżanek i kolegów z grupy.

Wyposażenie stanowiska pracy:

- dyktafon, magnetofon,
- literatura zgodna z rozdziałem 6 Poradnika dla ucznia.

## **Ćwiczenie 4**

Odwiądź dowolnie wybrany urząd (sklep, punkt usługowy) i spróbuj zebrać informacje na dowolny temat (np.: o asortymencie lub rodzaju świadczonych usług). Na podstawie własnych obserwacji pracujących tam osób ustal ich wpływ na kształtowanie wizerunku przedsiębiorstwa.

## Sposób wykonania ćwiczenia

Aby wykonać ćwiczenie, powinieneś:

- 1) przeanalizować materiał nauczania,
- 2) wybrać urząd, którego opisu będziesz dokonywał,
- 3) zastanowić się, jakie czynniki wpływają na rolę pracownika w kształtowaniu wizerunku firmy,
- 4) dokonać opisu zgodnie z poleceniem,
- 5) zaprezentować swoją pracę na forum klasy.

Wyposażenie stanowiska pracy:

- przybory do pisania,
- arkusz papieru,
- literatura zgodna z rozdziałem 6 Poradnika dla ucznia.

### 4.2.4. Sprawdzian postępów

| <b>Czy potrafisz:</b>  | <b>Tak</b>               | <b>Nie</b>               |
|--|--------------------------|--------------------------|
| 1) odpowiedzieć na pytanie, na czym polega rola pracownika w kreowaniu wizerunku urzędu? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 2) wymienić elementy zachowania pracowników mające wpływ na kształtowanie wizerunku ?    | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 3) omówić ogólne zasady ubioru pracowników biurowych?                                    | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 4) scharakteryzować zasady kolorystyki w ubiorze stosowanych przez pracowników urzędu?   | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 5) omówić zasady właściwego zachowania pracowników urzędu?                               | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 6) wyjaśnić znaczenie słów: lojalność, dyspozycyjność, kreatywność?                      | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

## 4.3. Procedury zachowań pracownika administracji

### 4.3.1. Materiał nauczania

Podstawową misją pracy pracownika administracji jest służba publiczna, a naczelną zasadą przestrzeganie określonych procedur. Wykonując powierzone zadania, pracownik musi pamiętać, że swoim postępowaniem w miejscu pracy i poza nim współtworzy wizerunek urzędu, a tym samym opinię społeczną o nim. Działa tak, by swoją pracą wzbudzał zaufanie, wzmacniał prestiż i rangę urzędu, przestrzegając obowiązujących w nim zasad.

Zasady te obejmują standaryzacją prawie każdy element związany z organizacją. Podlegają mu:

1. **Druki firmowe**, blankiet korespondencyjny, koperty firmowe, kartki do zapisków, bilety wizytowe (firmowe i dla pracowników), dokumenty handlowe (zamówienie, oferta), rachunki, faktury i inne druki firmowe okazjonalne szczególnie, gdy są jedyną formą kontaktu z odbiorcą zewnętrznym. Oznakowanie druków musi być konsekwentne i całkowite. Katalog standardów tożsamości wizualnej określa zasady oznakowania druków dla wszystkich jednostek organizacyjnych i osób zatrudnionych w firmie, co pozwala zbudować spójny obraz firmy.

2. **Wygląd zewnętrzny pracownika: ubiór, fryzura, makijaż.**

Każdy pracownik powinien być wyposażony w identyfikator, którego treść i forma powinny być ujednolicone w każdej firmie.

Makijaż – szczególnie do pracy – powinien być zawsze umiarkowany; trochę ostrzejszy (bardziej wyrazisty) makijaż dopuszczalny jest na uroczyste spotkania. Generalnie makijaż nie powinien rzucać się w oczy.

Ubiór odzwierciedla osobowość pracownika, a zarazem musi być dostosowany do organizacji, stanowiska, zawodu i sytuacji, w której znajduje się pracownik. Najważniejszą zasadą w zakresie dobrego ubioru jest to, że powinien on być zawsze czysty i wyprasowany, a jego rozmiar dobrze dobrany do sylwetki. Inna ważna zasada mówi o tym, że właściwy strój to taki, który jest dostosowany do konkretnej sytuacji. Zatem inaczej należy się ubrać na wieczorną premierę do opery, inaczej rano do pracy, a jeszcze inaczej na wycieczkę. Wszystkie elementy ubrania powinny być do siebie prawidłowo dobrane i to zarówno kolorystycznie, jak i pod względem formy.

6. **Punktualność.**

W kontaktach zawodowych punktualność ma bardzo duże znaczenie. Spóźnienie ma prawo wystąpić jedynie w wyjątkowej sytuacji, a spóźniony musi w takiej sytuacji przeprosić i krótko usprawiedliwić swoje spóźnienie. Gdy spóźnienie dotyczy zebrania, w którym uczestniczy większa liczba osób, przeprosiny i usprawiedliwienie powinny być przekazane gospodarzowi spotkania w czasie przerwy. Także przybywanie na spotkanie zbyt wcześnie nie jest właściwe.

7. **Witanie się.**

Reguła w kontaktach zawodowych jest taka, że to podwładny pozdrawia swojego przełożonego. Wyjątkiem od tej zasady jest pozdrowienie przez przełożonego swoich pracowników w momencie, gdy wchodzi on do pomieszczenia, w którym oni się znajdują.

W służbowych sytuacjach można podać kilka przykładów poprawnego witania się:

**„dzień dobry” jako pierwsza mówi:**

- osoba wchodząca do pomieszczenia osobom już tam obecnym,
- osoba młodsza starszej,
- mężczyzna kobiecie,
- osoba wstępująca samotnie do grupy.



### **Podajemy rękę:**

- osoba starsza młodszej,
- osoba wyższą rangą osobie niższej rangą,
- kobieta mężczyźnie,
- gospodarz gościowi.

### **5. Przedstawianie.**

Przedstawiając się, należy podać wyraźnie swoje imię i nazwisko oraz – jeżeli okoliczności tego wymagają – nazwę firmy i stanowisko zajmowane w niej. Przedstawiamy siebie lub innych:

- osobę młodszą starszej,
- mężczyznę kobiecie,
- osobę niższą w hierarchii służbowej – wyżej stojącą,
- osobę wstępującą samotnie do grupy.

Przedstawianiu towarzyszy często wymiana wizytówek. Otrzymałą wizytówkę należy przeczytać i dopiero wtedy schować do teczek lub kieszeni marynarki.

### **6. Sposób mówienia.**

Zwracając się do petenta, należy mówić miłym głosem, zwracać uwagę na dykcję i to, czy wyraźnie słyszy naszą wypowiedź. Ponadto należy modulować głos, czyli zmieniać go w zależności od tego, co przekazujemy; także mowa ciała powinna być powiązana z przekazem werbalnym.

### **7. Prowadzenie rozmów.**

Prowadzenie rozmów jest podstawową formą komunikacji w instytucjach administracji publicznej. Wielu pracowników urzędów różnych szczebli większą część czasu pracy spędza na rozmowach z interesantami, pracownikami innych szczebli i między sobą. Najważniejszą sprawą jest staranne przygotowanie się do rozmowy oraz przestrzeganie pewnych ogólnych zasad:

- Czy podczas rozmowy będę występował jako szef, podwładny, urzędnik, petent?
- Kim będzie mój rozmówca?
- Jaki jest cel rozmowy?
- Jak rozmawiać?
- Gdzie odbędzie się rozmowa?

Jedną z najbardziej pożądaných umiejętności przydatnych do udanego prowadzenia rozmów jest tzw. aktywne słuchanie. Obejmuje ono zespół zachowań, które sprzyjają nawiązaniu i podtrzymaniu dialogu z rozmówcą, a nie tylko przekazywaniu informacji w jedną stronę.

Niezależnie od omówionych wyżej zasad w czasie prowadzenia rozmowy należy:

- utrzymywać kontakt wzrokowy, który ułatwia porozumienie i wskazuje na uczciwość rozmówców;
- trzymać się tematu, w czym pomaga pamiętanie o przyjętych celach spotkania;
- sprawdzać, czy rozmówca właściwie zrozumiał przekazane mu informacje;
- pamiętać o tym, że w rozmowie powinny uczestniczyć wszystkie obecne osoby;
- okazywać rozmówcy zainteresowanie oraz unikać takich zachowań, które mogą dekoncentrować rozmówcę lub przeszkadzać mu w dyskusji [4, s. 65–66].

## **8. Rozmowy telefoniczne.**

Najważniejsze zasady prowadzenia rozmowy telefonicznej:

- należy być przygotowanym do odbierania telefonów – im więcej jesteśmy w stanie przewidzieć, tym lepiej możemy się przygotować do rozmowy;
- telefon należy odebrać między pierwszym a trzecim sygnałem;
- dzwoniąc nie czekać w nieskończoność – jeśli nikt nie reaguje na nasz telefon, to prawdopodobnie nie może go odebrać;
- należy przedstawić się zarówno, dzwoniąc jak i odbierając telefon;
- mówić powoli, wyraźnie i niskim tonem;
- po przedstawieniu się, dać czas na odpowiedź odbiorcy;
- rozmawiać krótko i rzeczowo;
- pod koniec rozmowy podsumować wspólne uzgodnienia;
- przez telefon rozmawiać tak, żeby rozmówca odnosił wrażenie, że jest kimś ważnym,
- pod koniec podziękować za rozmowę;
- pożegnać się.

## **9. Poczta elektroniczna.**

Procedury zachowań obowiązują również w zakresie poczty elektronicznej. Do najważniejszych z nich należą:

- wysyłane wiadomości należy podpisywać, a dodatkowo – w razie potrzeby – podawać swój numer telefonu,
- systematycznie sprawdzać zawartość swojej skrzynki,
- odpowiadać na otrzymane listy elektronicznie możliwie najszybciej,
- jednoznacznie określić temat wiadomości, co ułatwi odbiorcy ustalenie kolejności odczytywania wiadomości,
- forma listu elektronicznego jest zazwyczaj mniej rygorystyczna niż listu standardowego, ale zawsze powinna to być forma estetyczna [4, s. 88].

## **10. Etyka zawodowa.**

Właściwe wykonywanie zawodu urzędnika wiąże się z:

- systematycznym uzupełnianiem i aktualizowaniem swojej wiedzy zawodowej, uczestniczeniem w szkoleniach pozwalających na podnoszenie kwalifikacji,
- traktowaniem kolegów z pracy w taki sam sposób, jak szefa. Nie należy być na przykład służalczym wobec kierownictwa, a aroganckim wobec kolegów,
- szanowaniem godności innych pracowników – nie należy ich na przykład poniżać ani upokarzać,
- unikaniem postawy zarozumiałej wobec innych pracowników,
- dbaniem o dobro pracodawcy [4, s. 55].

### **4.3.2. Pytania sprawdzające**

Odpowiadając na pytania, sprawdzisz, czy jesteś przygotowany do wykonania ćwiczeń.

1. Jakie są ogólne zasady ubioru pracowników biurowych?
2. Jak rozumiesz określenie „estetyczny wygląd pracownika urzędu”?
3. Co to jest dyskusja i jakie są jej cele?
4. Jakich zasad należy przestrzegać w czasie dyskusji?
5. Na czym polega aktywne słuchanie w czasie rozmowy?
6. W jakiej sytuacji przełożony jako pierwszy pozdrawia pracownika?
7. Jakie są zasady przedstawiania się.
8. Jakie są ogólne zasady korzystania z telefonu służbowego?
9. Jakie są zasady przesyłania poczty elektronicznej?
10. Jak rozumiesz pojęcie „etyka zawodowa”?

### 4.3.3. Ćwiczenia

#### Ćwiczenie 1

Zastanów się i udziel pisemnej odpowiedzi na poniższe pytania:

- 1) Jakie warunki musi spełniać rozmowa, abyś mógł uznać ją za udaną?
- 2) Co najczęściej przeszkadza Ci w prowadzeniu rozmów?
- 3) Jakiej wiedzy i jakich umiejętności potrzebujesz, aby móc dobrze prowadzić rozmowy?

Sposób wykonania ćwiczenia

Aby wykonać ćwiczenie, powinieneś:

- 1) przeanalizować materiał nauczania,
- 2) zgromadzić materiały i przybory potrzebne do wykonania ćwiczenia,
- 3) dokonać opisu zgodnie z poleceniem,
- 4) zaprezentować pracę na forum klasy.

Wyposażenie stanowiska pracy:

- przybory do pisania,
- arkusz papieru,
- literatura zgodna z rozdziałem 6 Poradnika dla ucznia.

#### Ćwiczenie 2

Z podanych poniżej cech wybierz te, które powinny charakteryzować kompetentnego pracownika urzędu:

- dyskretny,
- uprzejmy i ładnie się wyrażający,
- szybko reaguje (szybko podnosi słuchawkę telefonu),
- je i żuje gumę podczas pracy,
- nie plotkuje,
- prowadzi prywatne rozmowy przez telefon,
- zachowuje ładny wygląd i dobre maniery,
- zachowuje dystans w kontaktach z przełożonym,
- zwraca się w sposób poufały do interesantów,
- miesza się w cudze sprawy,
- walczy z nałogami, gadatliwością, bałaganem.

Odpowiedzi udziel w formie ustnej.

Sposób wykonania ćwiczenia

Aby wykonać ćwiczenie, powinieneś:

- 1) przeanalizować materiał nauczania,
- 2) udzielić odpowiedzi na forum klasy.

Wyposażenie stanowiska pracy:

- literatura zgodna z rozdziałem 6 Poradnika dla ucznia.

### Ćwiczenie 3

Wyobraź sobie następującą sytuację: prowadzisz przez telefon rozmowę z ważnym kontrahentem i w trakcie rozmowy do biura wchodzi klient. Opisz procedurę postępowania w takiej sytuacji.

Sposób wykonania ćwiczenia

Aby wykonać ćwiczenie, powinieneś:

- 1) przeanalizować materiał nauczania,
- 2) zgromadzić materiały i przybory potrzebne do wykonania ćwiczenia,
- 3) dokonać opisu zgodnie z poleceniem,
- 4) zaprezentować pracę na forum klasy.

Wyposażenie stanowiska pracy:

- przybory do pisania,
- kartka papieru,
- literatura zgodna z rozdziałem 6 Poradnika dla ucznia.

### Ćwiczenie 4

Opracuj w grupach, w formie plakatu wizerunek pracownika:

grupa A – życzliwego,

grupa B – aroganckiego,

grupa C – kompetentnego,

grupa D – służbisty,

uwzględniając jego wygląd zewnętrzny i cechy osobowe.

Sposób wykonania ćwiczenia

Aby wykonać ćwiczenie, powinieneś:

- 1) zastanowić się, jakie procedury obowiązują pracownika administracji,
- 2) zgromadzić materiały i przybory potrzebne do wykonania ćwiczenia,
- 3) przemyśleć, w jaki sposób można to zaprezentować,
- 4) opracować plakat,
- 5) zaprezentować swoją pracę na forum klasy.

Wyposażenie stanowiska pracy:

- przybory do pisania, w tym: pisaki, klej, nożyczki,
- kolorowe kartki,
- literatura zgodna z rozdziałem 6 Poradnika dla ucznia.

#### 4.3.4. Sprawdzian postępów

| <b>Czy potrafisz:</b>   | <b>Tak</b>               | <b>Nie</b>               |
|---|--------------------------|--------------------------|
| 1) odpowiedzieć na pytanie, jakie są ogólne zasady ubioru pracowników biurowych?              | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 2) wskazać zasady obowiązujące podczas rozmów telefonicznych?                                 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 3) opisać prawidłowe zachowanie pracownika, który spóźnił się na umówione spotkanie?          | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 4) sformułować zasady, zgodnie z którymi należy dobrze przygotować się do rozmowy z petentem? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 5) omówić zasady przesyłania poczty elektronicznej?   | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 6) wyjaśnić znaczenie słowa „etyka zawodowa”?   | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

## 4.4. Rodzaje, elementy i formy komunikacji interpersonalnej

### 4.4.1. Materiał nauczania

#### Komunikacja werbalna

Komunikacja werbalna to komunikacja oparta na słowie. Sprowadza się ona do tego, iż przekazując komunikaty używamy słów. Rozmawiając z drugą osobą – używamy słów, czytając książkę – odbieramy komunikaty autora przekazywane za pomocą słów, pisząc list również używamy słów, a nie na przykład rysunków. Biorąc pod uwagę kierunek przesyłanych komunikatów, rozróżniamy:

- komunikację pionową – dotyczy najczęściej komunikatów formalnych przepływających pomiędzy pracownikami i ich przełożonymi w celu osiągnięcia założonych celów, przekazania informacji i poleceń, a także zasygnalizowania spraw wymagających szczególnej uwagi lub rozwiązania problemu;
- komunikację poziomą – mamy z nią do czynienia wówczas, gdy przebiega ona między członkami tej samej grupy lub pracownikami pełniącymi funkcje na tym samym poziomie. Komunikacja ta może mieć charakter zarówno formalny jak i nieformalny.

Aby wszystkie wymienione rodzaje komunikacji werbalnej przyniosły zamierzony skutek, osoby komunikujące się muszą wykazać się następującymi umiejętnościami: mówienia, czytania, słuchania, przekonywania.

#### Komunikacja niewerbalna

Komunikacja niewerbalna to komunikacja za pomocą mimiki, gestów, spojrzeń, jest to inaczej mowa ciała. Jak sama nazwa wskazuje, technika ta nie wymaga słów, a jej waga zależy od tego, jak silnie nadawca związany jest z komunikatem (z tym, co chce przekazać) oraz odbiorcą. Do form komunikacji niewerbalnej należą:

- wyraz twarzy – stanowi najbardziej wymowny sposób komunikacji niewerbalnej. Sposób, w jaki mówimy poruszając wargami, układ ust i brwi podczas rozmowy, grymas twarzy, wyraz oczu – to wszystko świadczy o naszym stanie emocjonalnym oraz najczęściej jest pierwszą reakcją na komunikat nadawany przez inną osobę,
- kontakt wzrokowy – odkrywa nasz stosunek do rozmówcy. W zależności od tego, czy i jak patrzy się na drugą osobę oraz jak długo utrzymuje się kontakt wzrokowy, ludzie są mniej lub bardziej zainteresowani towarzystwem i podtrzymywaniem konwersacji. Najlepiej utrzymywać kontakt wzrokowy przez około 30–60% czasu, jeśli kontakt wzrokowy trwa poniżej 30% świadczy to o ukrywaniu czegoś, powyżej 60% – uczestnicy rozmowy są bardziej zainteresowani sobą niż przedmiotem rozmowy,
- gesty i inne ruchy ciała – towarzyszą niemal każdej rozmowie. Każdy z gestów ma swoje znaczenie, stanowi nieodłączny element procesu komunikowania się oraz ważne dopełnienie komunikacji werbalnej,
- kontakt dotykowy – oznacza zazwyczaj pewną zażyłość z rozmówcą. Może mieć charakter pozytywny, wyrażający chęć niesienia pomocy lub akceptacji zachowania drugiej osoby (uścisk dłoni, klepanie po plecach) lub negatywny świadczący o dezaprobachie tego, co robi druga osoba (uderzanie, potrącanie),
- postawa ciała – przyjmowana podczas rozmów wyraża zazwyczaj stosunek do danej osoby,
- odległość od partnera – jest związana z relacją zachodzącą między dwiema osobami i walką o własne terytorium psychologiczne. Im większa jest nić sympatii i otwartość łącząca osoby, tym odległość utrzymywana między nimi podczas rozmów jest mniejsza – i odwrotnie. Ważne jest, aby podczas rozmowy utrzymywać odpowiednią odległość od

rozmówcy, tak aby nie znajdować się ani za blisko, ani za daleko od siebie. Prawidłowa odległość to 1,2 m – 3 m. Zbyttna bliskość (poniżej 1,2 m) może spowodować naruszenie sfery prywatności, zbyt duża odległość (powyżej 3 m.) spowoduje stworzenie bariery komunikacyjnej,

- wygląd zewnętrzny – ta cecha wywiera silne wrażenie na ludziach i albo będzie ułatwiać proces komunikowania się, albo stworzy barierę.

Szczegółowe informacje na temat komunikacji interpersonalnej, rodzajów komunikatów raz barier komunikacyjnych zostały zamieszczone w materiale nauczania jednostki modułowej 343[01].Z3.06.

W tabeli 1. przedstawiono schemat różnych form komunikowania się w instytucjach, a poniżej scharakteryzowano kilka wybranych form.

**Tabela 1.** Formy komunikowania się w instytucjach

|         | <b>Jednokierunkowe</b>  | <b>Interaktywne</b>   |
|---------|---|---|
| Ustne   | 1. Prezentacje:<br>– informacyjne,<br>– perswazyjne,<br>– promocyjne,<br>– instruktażowe. | 1. Rozmowy służbowe:<br>– z klientami/petentami,<br>– kwalifikacyjne,<br>– z przełożonymi,<br>– z podwładnymi.  |
|         | 2. Prelekcje i wykłady.   | 2. Rozmowy towarzyskie.   |
|         | 3. Radiowęzeł.  | 3. Rozmowy telefoniczne.  |
|         | 4. Wydawanie poleceń.   | 4. Konferencje (prasowe, promocyjne, naukowe, itp.).<br>5. Zebrania i narady:<br>– omawianie problemów,<br>– podejmowanie decyzji,<br>– rozwiązywanie konfliktów,<br>– debaty i negocjacje. |
| Pisemne | 1. Wydawanie poleceń.   | 1. Listy.   |
|         | 2. Sprawozdania i raporty.  | 2. Faksy.   |
|         | 3. Artykuły (prasowe, naukowe).   | 3. Poczta elektroniczna.  |
|         | 4. Protokoły.   | 4. Ankiety.   |
|         | 5. Komunikaty i zawiadomienia.  |   |
|         | 6. Notatki służbowe.  |   |

Źródło: Opracowanie własne.

W procesie komunikacji mogą wystąpić różnorodne zakłócenia, potocznie określane jako szumy komunikacyjne. Mogą mieć one odmienny charakter, różne źródła i przyczyny. Najczęściej wyróżnia się trzy postaci zakłóceń, a mianowicie szumy:

- semantyczne,
- wewnętrzne (psychologiczne),
- zewnętrzne.

Szum semantyczny wiąże się z niewłaściwym wyrażeniem przez nadawcę znaczenia intencji za pomocą kodów, symboli i formy, utrudniającym lub nawet blokującym procesy percepcji komunikatu i jego precyzyjne odczytanie i zrozumienie przez adresata.

Szum wewnętrzny wyraża zakłócenie leżące po stronie osobowościowych cech uczestników komunikacji. Szumem tego typu mogą być krótkotrwałe stany organizmu i zachowania nadawcy i odbiorcy (zmęczenie, stres, choroba, nie przygotowanie do procesu negocjacji).

Szum zewnętrzny wskazuje na zakłócenia wynikające ze źródeł leżących po stronie otoczenia uczestników procesu komunikacji, a więc mających wobec nich w dużej mierze charakter niezależny. Szum zewnętrzny w procesie komunikacji może być np. rezultatem błędu drukarskiego w tekście ulotki reklamowej.

## **Prezentacje**

Aby móc skutecznie komunikować się, zwłaszcza pracując w organach administracji, trzeba czasem wystąpić przed audytorium. Niekiedy – zaprezentować instytucję lub region, kiedy indziej – projekty lub plany. Poniżej przedstawiono praktyczne wskazówki jak przygotować i wygłosić prezentację.

### 1. Przygotowanie formy i treści prezentacji:

- określenie głównego celu,
- zdobycie jak najwięcej faktów, informacji i opinii na temat tego, o czym będzie mowa,
- ustalenie informacji o ludziach, którzy będą słuchać (ich wiek, poziom wykształcenia),
- uporządkowanie wybranych faktów i pogrupowanie ich w kilka głównych tez. Fakty można szeregować na wiele sposobów: chronologicznie, przestrzennie, tematycznie,
- ustalenie przebiegu prezentacji.

### 2. Klasyczna struktura prezentacji:

- powitanie,
- przedstawienie się (imię, nazwisko, miejsce pracy, informacje o kompetencjach),
- wstęp: podanie tematu i celu prezentacji, jej struktury,
- przejście do zasadniczej części wypowiedzi,
- podsumowanie, polegające na powtórzeniu głównych punktów i przypomnieniu tezy centralnej,
- przedstawianie wniosków,
- zachęcenie słuchaczy do zadawania pytań,
- podziękowanie słuchaczom za uwagę.

### 3. Wygłaszanie prezentacji – sposób wygłoszenia prezentacji zależy od tego, ile czasu mamy na jej przygotowanie, czy musimy wygłosić ją w języku własnym, czy obcym, ważnym czynnikiem determinującym sposób wygłoszenia mowy jest miejsce prezentacji: wielkość i akustyka sali, pomoce wizualne, a także odległość prezentera od publiczności. Istnieją następujące sposoby prezentowania:

- a vista – „z głowy”, bez przygotowania, kiedy zostaje się zaskoczonym prośbą o zabranie głosu. Jest to najtrudniejsza forma prezentacji, wymagająca doświadczenia i rutyny;
- używając notatek – najczęstsza forma zabierania głosu, oparta na wcześniejszym starannym przygotowaniu;
- z pamięci – po wcześniejszym nauczeniu się tekstu prezentacji na pamięć. Jest to bardzo ryzykowna i stresująca forma prezentowania. Zapomnienie zwrotu lub słowa często wywołuje rozpad całej struktury prezentacji;
- czytając tekst – dotyczy głównie przemówień dyplomatycznych i politycznych, kiedy każde słowo i sformułowanie jest bardzo ważne.

### 4. Pomoce wizualne przydatne w prezentacji:

- rzutnik pisma i folie,
- magnetowid i taśmy wideo,
- projektor multimedialny połączony z komputerem,
- materiały rozdawane słuchaczom,
- białe tablice z papierem.

**Wydawanie poleceń na piśmie** – stosuje się wtedy, kiedy szef albo nie ma bezpośredniego kontaktu z pracownikiem (np. z powodu wyjazdu) albo kiedy szefowi z jakichś względów zależy na pozostawieniu dowodu, że dyspozycja została wydana.



**Notatki służbowe** – są w niektórych urzędach podstawową formą komunikowania się wewnątrz instytucji. Krótka notatka służbowa jest idealnym sposobem rejestrowania rozmów z petentami lub współpracownikami, podjętych działań i decyzji.

**Sprawozdania i raporty** – są dokumentami zawierającymi wyczerpujące informacje na konkretne tematy. O ile sprawozdanie ogranicza się do rejestracji faktów lub przebiegu wydarzeń, raport zawiera także wnioski i sugestie autora.

**Projekty** – są to dokumenty, które mają na celu przekonanie czytelników do podjęcia konkretnych działań: zaangażowania się w przedsięwzięcie poprzez przeznaczenie środków na ten cel, wyrażenie zgody na inicjatywę.

**Komunikaty i zawiadomienia** – powinny zawierać zwięzłe, ale dokładne informacje, powinny być napisane uprzejmie i w sposób przejrzysty, aby forma wizualna zachęcała do zapoznania się z ich treścią.

**Protokoły z zebrań i spotkań** – są najczęściej krótkimi streszczeniami spraw poruszanych na zebraniu.

W celu usprawnienia całego procesu porozumiewania się należy przestrzegać kilku podstawowych zasad.

1. Przekazywać informacje dokładne, zrozumiałe, prawdziwe i odpowiednio uporządkowane. Unikać przekazywania zbędnych treści i powtarzania się. Zdania formułować zwięzłe i precyzyjnie, poprawnie gramatycznie i składniowo. Umiejętnie słuchać, okazywać zainteresowanie rozmową i rozmówcą. Stosować zasady empatii, czyli próbować odgadnąć emocje rozmówcy i wczuć się w jego sytuację.
2. Traktować rozmówcę tak, jak byśmy chcieli, aby nas traktowano – kulturalnie i grzecznie. Nie wolno stosować manipulacji ani okazywać agresji. Również bierność jest niewskazana, brak zainteresowania drugą osobą i nie reagowanie na jej wypowiedzi wpływa niekorzystnie na przebieg rozmowy. Nie należy przerywać i zmieniać tematu dyskusji.
3. Sposób prowadzenia rozmowy, zasób słów i ton wypowiedzi należy dostosować do sytuacji i do odbiorcy. Przekaz musi być jasny i zrozumiały dla rozmówcy.
4. Pamiętać, że komunikacja niewerbalna między ludźmi jest bardzo ważna. Badania naukowe dowodzą, że odbiorca z przekazanego komunikatu rejestruje 7% treści, 38% niewerbalnych aspektów mowy (tonacja, rytm, akcent), 55% mimiki.
5. Powierzchność, czyli strój, fryzura i ewentualny makijaż – powinna być dostosowana do sytuacji. Inaczej powinno się wyglądać idąc do pracy, a inaczej na przyjęcie. Przy pracy biurowej obowiązują pewne standardy. Odpowiedni strój pracownika wzmacnia zaufanie do działalności firmy, zaś nieodpowiedni może je osłabiać.

Efektywne porozumiewanie się realizowane jest wówczas, gdy odbiorca rozumie przekaz zgodnie z zamierzeniem nadawcy. Jest to bardzo ważna umiejętność w kontaktach międzyludzkich, ponieważ wadliwa komunikacja może być przyczyną wielu nieporozumień i konfliktów.

W kontaktach zawodowych otwarta komunikacja sprzyja swobodnemu przepływowi informacji zarówno pionowo z góry na dół (od kierownictwa do pracownika) i z dołu do góry (od pracowników do kierownictwa), jak i poziomo na różnych szczeblach. Dzięki temu pracownicy wiedzą, czego się od nich oczekuje i co jest ważne dla organizacji.

Zasady efektywnej komunikacji powinny być jednym z priorytetów organizacji realizowanym w kontaktach z petentami. Dobra obsługa polega na podmiotowym traktowaniu petenta. Do każdego człowieka należy podchodzić indywidualnie i z szacunkiem. Zastosowanie znajdują tu wszystkie zasady dobrego wychowania oraz uczciwość, takt, uprzejmość, zaangażowanie i cierpliwość.

## 4.4.2. Pytania sprawdzające

Odpowiadając na pytania, sprawdzisz, czy jesteś przygotowany do wykonania ćwiczeń.

1. W jaki sposób organizacja komunikuje się z otoczeniem zewnętrznym?
2. Co to jest komunikacja interpersonalna?
3. W jaki sposób przebiega proces komunikowania się?
4. Co to jest komunikacja werbalna?
5. Jak rozumiesz pojęcie komunikacja niewerbalna?
6. Jakie znasz formy komunikacji niewerbalnej?
7. Co to jest szum komunikacyjny i jakie znasz jego rodzaje?
8. Czy potrafisz wymienić formy komunikowania się w instytucjach?
9. Na czym polega efektywne komunikowanie się?
10. Jakich zasad należy przestrzegać, aby usprawnić proces komunikowania się?
11. Jak wpływa efektywne komunikowanie się na relacje między organizacją a jej otoczeniem zewnętrznym?

## 4.4.3. Ćwiczenia

### Ćwiczenie 1

Odpowiedz na pytanie: W jaki sposób skuteczne komunikowanie się i kultura osobista wpływają na efektywność pracy w zespole oraz relacje służbowe?

Sposób wykonania ćwiczenia

Aby wykonać ćwiczenie, powinieneś:

- 1) korzystając ze zdobytej wiedzy i literatury przedmiotu, ustalić odpowiedź na pytanie,
- 2) zgromadzić materiały i przybory potrzebne do wykonania ćwiczenia,
- 3) zanotować odpowiedź w zeszycie.

Wyposażenie stanowiska pracy:

- przybory do pisania,
- literatura zgodna z rozdziałem 6 Poradnika dla ucznia.

### Ćwiczenie 2

Uzupełnij tabelę, wpisując do niej zachowania werbalne i niewerbalne, jakie według Ciebie zachęcają do rozmowy, a jakie do niej zniechęcają.

Sposób wykonania ćwiczenia

Aby wykonać ćwiczenie, powinieneś:

- 1) korzystając ze zdobytej wcześniej wiedzy i literatury przedmiotu, ustalić odpowiedź na zadane pytanie,
- 2) zgromadzić materiały i przybory potrzebne do wykonania ćwiczenia,
- 3) uzupełnić poniższą tabelę, wpisując do niej odpowiedzi.

|                        | Zachowania zachęcające do rozmowy | Zachowania zniechęcające do rozmowy |
|------------------------|-----------------------------------|-------------------------------------|
| Zachowania werbalne    |                                   |                                     |
| Zachowania niewerbalne |                                   |                                     |

Wyposażenie stanowiska pracy:

- przybory do pisania,
- arkusz papieru,
- literatura zgodna z rozdziałem 6 Poradnika dla ucznia.

### Ćwiczenie 3

Zaplanuj proces efektywnego komunikowania się z interesantem. Jesteś pracownikiem urzędu w wydziale geodezji. Jutro masz spotkanie z petentem, który umówił się na rozmowę w sprawie aktualizacji planu działki, której jest właścicielem. Przygotuj się odpowiednio do tej rozmowy.

Sposób wykonania ćwiczenia

Aby wykonać ćwiczenie, powinieneś:

- 1) uważnie przeczytać treść zadania,
- 2) korzystając ze zdobytej wcześniej wiedzy zaplanować:
  - a) przebieg rozmowy z interesantem,
  - b) sposób udzielenia informacji,
  - c) swoje zachowania niewerbalne podczas rozmowy,
  - d) swój wygląd podczas spotkania,
- 3) zapisać dokonane ustalenia w zeszycie.

Wyposażenie stanowiska pracy:

- przybory do pisania,
- literatura zgodna z rozdziałem 6 Poradnika dla ucznia.

### Ćwiczenie 4

#### **Symulacja dydaktyczna: prezentacja.**

Pracujesz w grupie 5-osobowej. Waszym zadaniem będzie utworzenie prezentacji multimedialnej w programie Microsoft PowerPoint na dowolny temat. Zanim rozpoczniecie planowanie prezentacji, musicie wziąć pod uwagę następujące czynniki:

- 1) cel prezentacji,
- 2) poznanie słuchaczy,
- 3) zaplanowanie szczegółów,
- 4) miejsce prezentacji,

- 5) określenie celów,
- 6) wybór materiałów,
- 7) przygotowanie tekstu,
- 8) wybór pomocy audiowizualnych.

Pamiętajcie również o podziale zadań między uczestnikami grupy przy tworzeniu prezentacji.

Sposób wykonania ćwiczenia

Aby wykonać ćwiczenie, powinieneś:

- 1) uważnie przeczytać treść zadania,
- 2) zastanowić się, w jaki sposób przygotować prezentację, uwzględniając wszystkie czynniki,
- 3) dokonać podziału ról między uczestnikami grupy,
- 4) przeprowadzić prezentację na forum grupy,
- 5) wysłuchać opinii koleżanek i kolegów.

Wyposażenie stanowiska pracy:

- komputer z oprogramowaniem Microsoft PowerPoint,
- rzutnik multimedialny,
- literatura zgodna z rozdziałem 6 Poradnika dla ucznia.

#### 4.4.4. Sprawdzian postępów

**Czy potrafisz:**

|   | <b>Tak</b>               | <b>Nie</b>               |
|---|--------------------------|--------------------------|
| 1) omówić sposoby komunikowania się organizacji z otoczeniem? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 2) scharakteryzować proces komunikowania się?                 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 3) rozróżnić zachowania werbalne i niewerbalne?               | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 4) scharakteryzować etapy przygotowania prezentacji?          | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 5) przedstawić zasady skutecznego porozumiewania się?         | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 6) zastosować zasady skutecznego porozumiewania się?          | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 7) zaplanować proces efektywnej obsługi klienta?              | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

## 4.5. Tworzenie i redagowanie materiałów informacyjnych o jednostce organizacyjnej

### 4.5.1. Materiał nauczania

Materiały informacyjne powinny zawierać wyczerpujące informacje, a jednocześnie być zwięzłe i krótkie. Należą do nich: ulotki, ulotki promocyjne, ulotki informacyjne, ulotki sprzedażowe, ulotki z zaproszeniem, biuletyny, sprawozdania, notatki prasowe.

Dla wielu osób lektura broszur i ulotek to pierwszy kontakt z firmą. Przed przystąpieniem do opracowywania jakichkolwiek materiałów informacyjnych, należy ustalić:

1. Formę, jaką ma mieć materiał informacyjny. Czy chodzi o krótkie ulotki, które czyta się jednym tchem, czy o duży plakat przekazujący konkretną wiadomość.
2. W jakim celu materiał będzie rozpowszechniany?
3. Sposób, w jaki materiał ma być przekazany zainteresowanym odbiorcom. Pocztą elektroniczną, w formie ulotki dostarczanej przez kurierów, czy broszury umieszczonej w podajniku w miejscu dostępnym dla klientów.
4. Jakie zadanie ma spełnić? Czy chodzi o przekazanie informacji, sprzedaż, budowanie wizerunku, czy przekonywanie.
5. Do kogo materiał jest kierowany? Kto go przeczyta?
6. Co materiał ma zawierać, jaką główną treść przekazywać?

#### Ulotki

Przed przystąpieniem do projektowania ulotki, należy zastanowić się, jaką funkcję powinna spełniać. Większość ulotek kwalifikuje się do jednej z poniższych kategorii:

- ogólne ulotki promocyjne, wcale nie muszą być błyszczące ani wydrukowane na drogim papierze, powinny być natomiast dobrze zredagowane, konsekwentnie przemyślane, opracowane tak, aby łatwo się je czytało, i oczywiście powinny wyglądać atrakcyjnie. Opracowanie takiej ulotki wymaga czasu i pieniędzy, ale jest to inwestycja w pozyskanie nowych klientów i zachowanie pozytywnego wizerunku;
- ulotki informacyjne, mają za zadanie przekazać informacje i są z reguły najłatwiejsze w przygotowaniu. Sprawdzone wzorem jest konwencja pytań i odpowiedzi;
- ulotki sprzedażowe, mają za zadanie kreować sprzedaż. Należy je opracowywać tak, by adresat pozytywnie zareagował na ulotkę i w efekcie kupił produkt. Można ułatwić klientowi podjęcie decyzji i zamieścić w tej ulotce formularz zamówienia;
- ulotki z zaproszeniem, są rozpowszechniane w celu przekazania informacji i zachęcenia do uczestnictwa w konferencji, szkoleniu, specjalnej uroczystości czy innym ważnym wydarzeniu. Ulotka taka powinna być zaprojektowana tak, aby maksymalnie ułatwić udzielenie odpowiedzi w celu potwierdzenia uczestnictwa.

#### Rozmiar i format ulotki

Większość ulotek ma format A4, A5 lub jedna trzecia formatu A4. Wybór formatu zależy od trzech czynników:

1. W jaki sposób ulotka będzie rozpowszechniana? Jeżeli drogą pocztową, należy zdecydować się na rozmiar, który jest najlepiej dopasowany do zwykłej koperty.
2. Jeżeli ulotki mają być wystawione w miejscu dostępnym dla klientów, to czy zostaną umieszczone w podajnikach? Jeżeli tak, to jaki będzie rozmiar podajnika?
3. Należy dobrać format ulotki do projektu graficznego, bowiem niektóre projekty lepiej wypadają na ulotkach zginanych na pół, a inne na formacie A5.

## **Biuletyny**

Biuletyn służy do przekazywania bieżących informacji o działalności firmy. Na zewnątrz reprezentuje firmę, należy do materiałów wręczanych dziennikarzom, kontrahentom, współpracownikom, gościom.

Biuletyn poprzez zawarte w nim informacje przyczynia się do kształtowania wizerunku firmy. Staje się stałym elementem pracy nad jej obrazem. Pozwala poznać funkcjonowanie firmy jako całości.

Zawartość biuletynu to przede wszystkim:

- serwis podstawowych informacji: kto, co, adresy, telefony,
- struktura firmy,
- cele i działania,
- kalendarium, któremu można nadać styl kroniki,
- materiały o osiągnięciach firmy,
- relacje z ważnych dla firmy wydarzeń.

Biuletyn należy traktować jako narzędzie sprzedaży produktów lub usług. Interesująco zredagowany biuletyn powinien spełniać następujące role:

- prezentować innowacyjne produkty lub usługi,
- demonstrować, w jaki sposób produkty mogą być użyteczne dla klientów,
- przypominać klientom o istnieniu firmy,
- zdobywać nowych klientów,
- utrzymywać lojalnych klientów,
- przekazywać stosowne informacje w sposób interesujący,
- sprzedawać, ale nie naprzykrzać się.

## **Sprawozdania**

Stanowią relację z przebiegu pewnych wypadków bądź określenie istniejącego stanu rzeczy. Powinny zawierać fakty oraz okoliczności im towarzyszące. Sprawozdania mogą być przygotowywane na gotowych formularzach lub na blankietach firmowych.

Sprawozdania opracowywane na gotowych formularzach do wypełnienia zawierają z góry ustalone pytania, co umożliwi uzyskanie wymaganych informacji.

Sprawozdania na blankietach korespondencyjnych są przeznaczone dla jednego odbiorcy. W razie konieczności opracowuje się sprawozdania stanowiące opis działań o charakterze okolicznościowym, opracowywane najczęściej w celu przedstawienia rezultatów badań lub przebiegu wydarzeń.

## **Notatki prasowe**

Notatka prasowa zawiera elementy sprawozdania, czyli odpowiada na pytania należące do kanonu dziennikarstwa: kto? co? gdzie? kiedy? jak? dlaczego? Jej autor trzyma się także zasady zwięzłości – przykładowa notatka składa się z kilkunastu zdań. Notatka musi być jasna. Cechą notatki jest lapidarność, czyli krótko i tylko to, co konieczne.

To krótka informacja o danym wydarzeniu. Powinna zwracać uwagę czytelnika ciekawym tytułem i ujęciem treści. Nie ma w niej miejsca na refleksje, komentarze, przemyślenia, poczucie humoru czy wyszukaną stylistykę.

Podstawowe cechy notatki prasowej:

- powinna zawierać krótki tekst informacyjny, opatrzony nagłówkiem „Notatka prasowa”, sporządzony na papierze firmowym i nie przekraczać objętościowo jednej strony formatu A4,
- nagłówek notatki powinien zawierać nazwę firmy, której dotyczy, datę oraz tytuł; na końcu umieszczamy kontakt do firmy lub osoby reprezentującej firmę,

- powinna mieć charakter wyłącznie relacjonujący, pozbawiony elementów wskazujących na zaangażowanie emocjonalne jej autora; nie powinien się on ujawniać w jakikolwiek sposób, ale może powoływać się na wypowiedzi,
- powinna zawierać w nie więcej niż dziesięciu zdaniach najważniejsze dane dotyczące opisywanego wydarzenia (czas, miejsce, rodzaj, przyczynę i skutek),
- nie powinno być w niej miejsca na komentarze, oceny albo charakteryzowanie tła przedstawianych zdarzeń.

### Przykład notatki prasowej

|  |  |
|--|--|
| <p>Nazwa i adres urzędu</p>  | <p>Radzanów, dn. 19 kwietnia 2006 r.</p> |
| <p>Notatka prasowa</p>   |  |
| <p>Urząd Miasta i Gminy w Radzanowie organizuje<br/>w dniu 15 maja 2006 r. ogólnopolską konferencję nt.:<br/><b>„ETYKA W ADMINISTRACJI PUBLICZNEJ”</b></p>   |  |
| <p>Do najważniejszych celów konferencji należeć będzie dyskusja na temat <b>problemów etycznych i zagrożeń korupcyjnych</b> w działalności służby administracyjnej. Organizatorzy konferencji stawiają sobie za cel wzmocnienie etosu polskiej służby administracyjnej przez publiczną debatę.</p> <p>Konferencję zainauguruje wystąpienie Ministra Spraw Wewnętrznych i Administracji. Uczestnikami konferencji będą pracownicy urzędów wyższego szczebla administracji publicznej, przedstawiciele mediów i środowisk opiniotwórczych.</p> <p>W programie konferencji przewidziane są prezentacje badań wśród urzędników na temat istniejących praktyk i zachowań związanych z zapobieganiem zjawiskom korupcyjnym. Dodatkowo eksperci poprowadzą dyskusję na temat praktyk zmierzających do zapobiegania zachowaniom nieetycznym w służbie publicznej i standardom postępowania, których powinni przestrzegać urzędnicy i politycy.</p> <p>W ramach konferencji uczestnicy wezmą udział w okrągłym stole poświęconym relacjom pomiędzy politykami a administracją publiczną.</p> <p>Konferencja Prasowa dotycząca projektu i jego osiągnięć rozpocznie się <b>o godzinie 14:00</b> (15 maja) w <b>Sali „Zbrojownia”</b> Hotelu Marysieńka Sobieska.</p> <p>Prosimy kierować wszelkie zapytania na tematy związane z programem i ewentualne prośby o wywiady z uczestnikami konferencji do:</p> <p>Marcin Zabłocki, asystent, tel. 0 606 598 346, <a href="mailto:zablocki@hotmail.com">zablocki@hotmail.com</a></p> |  |

### 4.5.2. Pytania sprawdzające

Odpowiadając na pytania, sprawdzisz, czy jesteś przygotowany do wykonania ćwiczeń.

1. Jakie znasz rodzaje pism informacyjnych?
2. Na co należy zwrócić uwagę przed przystąpieniem do opracowania materiałów informacyjnych?
3. Czy potrafisz wymienić rodzaje ulotek?
4. Jaką rolę informacyjną spełnia w organizacji biuletyn?
5. Co to jest sprawozdanie?
6. Czy potrafisz wymienić podstawowe cechy notatki prasowej?

„Projekt współfinansowany ze środków Europejskiego Funduszu Społecznego”

### 4.5.3. Ćwiczenia

#### Ćwiczenie 1

Pracujesz w grupie 3-osobowej. Twoim zadaniem będzie dokonanie analizy wybranej notatki prasowej z dowolnej gazety. Wybrany reprezentant twojej grupy powinien udzielić odpowiedzi na najważniejsze pytania:

- 1) Jakiego typu sytuacja została opisana, czyli co się wydarzyło?
- 2) Gdzie to miało miejsce?
- 3) Kiedy to miało miejsce?
- 4) Jakie dane wydarzenie miało przebieg?
- 5) Jakie były jego przyczyny?

Sposób wykonania ćwiczenia

Aby wykonać ćwiczenie, powinieneś:

- 1) korzystając ze zdobytej wiedzy i literatury przedmiotu, ustalić odpowiedź na pytanie,
- 2) zgromadzić materiały i przybory potrzebne do wykonania ćwiczenia,
- 3) wybrać spośród grupy jedną osobę, która będzie prezentować analizę,
- 4) przeprowadzić prezentację na forum grupy,
- 5) wysłuchać opinii koleżanek i kolegów.

Wyposażenie stanowiska pracy:

- przybory do pisania,
- czasopisma,
- literatura zgodna z rozdziałem 6 Poradnika dla ucznia.

#### Ćwiczenie 2

Zredaguj notatkę prasową na temat dowolnego wydarzenia w jednostce organizacyjnej.

Sposób wykonania ćwiczenia

Aby wykonać ćwiczenie, powinieneś:

- 1) korzystając ze zdobytej wiedzy i literatury przedmiotu, zredagować treść notatki,
- 2) zgromadzić materiały i przybory potrzebne do wykonania ćwiczenia,
- 3) zaprezentować notatkę na forum grupy,
- 4) wysłuchać opinii koleżanek i kolegów.

Wyposażenie stanowiska pracy:

- przybory do pisania,
- literatura zgodna z rozdziałem 6 Poradnika dla ucznia.

### 4.5.4. Sprawdzian postępów

**Czy potrafisz:**

- |  | <b>Tak</b>               | <b>Nie</b>               |
|--|--------------------------|--------------------------|
| 1) wymienić rodzaje materiałów informacyjnych?           | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 2) scharakteryzować je?                                  | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 3) omówić zasady redagowania treści ulotek i biuletynów? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 4) wyjaśnić istotę i cechy notatki prasowej?             | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |



## 5. SPRAWDZIAN OSIĄGNIĘĆ

### INSTRUKCJA DLA UCZNIĄ

1. Przeczytaj uważnie instrukcję zanim zaczniesz rozwiązywać zadania.
2. Podpisz imieniem i nazwiskiem kartę odpowiedzi.
3. Zapoznaj się z zestawem zadań testowych.
4. Na rozwiązanie testu masz 40 minut.
5. Test zawiera 20 zadań, w tym:
  - 14 poziomu podstawowego,
  - 6 poziomu ponadpodstawowego.Do każdego zadania dołączone są cztery możliwości. Tylko jedna jest prawdziwa. Zadania z poziomu ponadpodstawowego oznaczono gwiazdką (\*).
6. Udzielaj odpowiedzi tylko na załączonej karcie odpowiedzi, wstawiając w odpowiedniej rubryce znak X. W przypadku pomyłki należy błędną odpowiedź zaznaczyć kółkiem, a następnie ponownie zaznaczyć odpowiedź prawidłową.
7. Pracuj samodzielnie, bo tylko wtedy będziesz miał satysfakcję z wykonanego zadania.
8. Nie masz obowiązku rozwiązywania zadań w kolejności podanej w teście. Możesz zacząć od dowolnego, które dla Ciebie jest najłatwiejsze.
9. Przed wykonaniem każdego zadania przeczytaj bardzo uważnie polecenie.

Powodzenia!

### ZESTAW ZADAŃ TESTOWYCH

1. Cechy pozytywne pracownika kształtującego wizerunek urzędu to:
  - a) zainteresowanie okazywane petentom,
  - b) krzykliwy makijaż,
  - c) prywatne rozmowy z przyjaciółmi w godzinach pracy,
  - d) niepunktualność.
2. Przeprowadzane w regularnych odstępach czasu krótkie spotkania przełożonego z podwładnymi, na których omawiane są sprawy bieżące oraz wydawane polecenia poszczególnym pracownikom, to:
  - a) posiedzenia,
  - b) zebrania,
  - c) odprawy,
  - d) narady.
3. Pieczęć nagłówkowa instytucji w korespondencji służbowej powinna być umieszczona:
  - a) w lewym górnym rogu pisma,
  - b) w prawym górnym rogu pisma,
  - c) po prawej stronie pisma,
  - d) po lewej stronie pisma.

4. Pozytywne elementy charakteryzujące sposób mówienia pracownika urzędu to:
  - a) monotonia,
  - b) bardzo wyraźna modulacja,
  - c) siła głosu uzależniona od wypowiedzianych treści,
  - d) teatralne akcentowanie ułatwiające zrozumienie.
  
5. Zachowania negatywne pracownika urzędu to:
  - a) bycie spolegliwym,
  - b) prowadzenie rozmowy w taki sposób, że jej treść słyszą postronne osoby,
  - c) unikanie podejmowania rozmów na tematy osobiste rozmówcy,
  - d) życzliwe nastawienie do każdego człowieka.
  
6. W instytucji mamy na ogół do czynienia z komunikacją związaną z:
  - a) pracą, zadaniami i funkcjonowaniem organizacji,
  - b) wyjazdami służbowymi,
  - c) spotkaniami towarzyskimi,
  - d) kontrolami.
  
7. Ulotki promocyjne mają za zadanie:
  - a) prezentować dane finansowe organizacji,
  - b) przedstawiać zasady wykonywania procedur i poleceń służbowych,
  - c) informować o przebiegu obrad i posiedzeń w organizacji,
  - d) kreować sprzedaż.
  
- 8.\* Masz 45 lat i jesteś pracownikiem firmy kosmetycznej. Twoim bezpośrednim przełożonym jest kobieta w wieku 28 lat. Pewnego dnia po pracy spotkałaś swoją szefową w teatrze. W tej sytuacji należy:
  - a) powiedzieć swojej szefowej „dzień dobry”, ponieważ to Ty jesteś podwładną, ona zaś przełożonym,
  - b) poczekać, aż Twoja szefowa skłoni się Tobie jako pierwsza, ponieważ ona jest młodsza,
  - c) udać, że w ogóle nie zauważyłaś swojej przełożonej, ponieważ nie jesteś teraz w pracy tylko odpoczywasz,
  - d) zacząć rozmowę z szefową bez mówienia „dzień dobry”, ponieważ kłaniałaś jej się w pracy.
  
- 9.\* Które z wymienionych poniżej zachowań pracownika nie ma wpływu na kształtowanie wizerunku firmy:
  - a) sposób odnoszenia się do klientów,
  - b) forma komunikowania się z otoczeniem,
  - c) rezygnacja z urlopu dla dobra firmy,
  - d) przestrzeganie zasad kultury współżycia.
  
10. Istotą komunikacji werbalnej jest:
  - a) gestykulacja,
  - b) porozumiewanie się za pomocą języka,
  - c) mimika twarzy,
  - d) patrzenie prosto w oczy rozmówcy.

- 11.\* Podstawowymi narzędziami kreowania wizerunku danej jednostki organizacyjnej jest:
- logo i slogan reklamowy,
  - terminowe sprawozdanie,
  - rachunek zysków i strat,
  - komunikaty z zebrzań z pracownikami.
- 12.\* Na spotkaniu biznesowym podczas powitania:
- tylko mężczyźni powinni wstać,
  - tylko kobiety powinny wstać,
  - wstawanie nie obowiązuje ani mężczyzn, ani kobiet,
  - zarówno kobiety, jak i mężczyźni powinni wstać.
- 13.\* Który z przymiotników nie pasuje do scharakteryzowania ubioru służbowego:
- konserwatywny,
  - krzykliwy,
  - zgodny z obowiązującymi trendami mody,
  - elegancki.
14. Zachowanie pracownika administracji zgodne z procedurami wiąże się z:
- dbaniem o dobro pracodawcy,
  - dbaniem o własne interesy,
  - wyróżnianiem osób najbardziej zaangażowanych w pracę,
  - byciem służalczym wobec przełożonego.
15. Do komunikatów niewerbalnych zaliczamy:
- gestykulację i kontakt telefoniczny,
  - mimikę i wyraz twarzy, pozycję ciała,
  - gestykulację i mowę,
  - słowa i mimikę twarzy.
16. Materiały informacyjne są kierowane do:
- różnych potencjalnych odbiorców,
  - różnych potencjalnych dostawców,
  - różnych potencjalnych przedsiębiorstw handlowo-usługowych,
  - do przypadkowych klientów z bazy danych.
- 17.\* Notatka powinna być:
- zwięzła i prosta,
  - długa, zwięzła, prosta,
  - prosta, zwięzła, krótka,
  - czytelna, krótka, wnioskująca.
18. Protokół to:
- specyficzne sprawozdanie, które sporządza się w formie aktu,
  - dokument sporządzany z pobytu w delegacji,
  - specyficzne sprawozdanie, które sporządza się w formie dokumentu,
  - dokument sporządzany przy przekazywaniu wartości lub sprawy.

19. Jednokierunkowe formy komunikowania się w instytucjach to:

- a) rozmowy towarzyskie,
- b) prezentacje,
- c) poczta elektroniczna,
- d) ankiety.

20. Do materiałów informacyjnych zaliczamy:

- a) notatki służbowe,
- b) ankiety,
- c) ulotki, biuletyny,
- d) sprawozdania z wyjazdów służbowych.

# KARTA ODPOWIEDZI

Imię i nazwisko.....

## Kreowanie wizerunku jednostki organizacyjnej

Zakreśl poprawną odpowiedź

| Nr zadania    | Odpowiedź |   |   |   | Punkty |
|---------------|-----------|---|---|---|--------|
| 1             | a         | b | c | d |        |
| 2             | a         | b | c | d |        |
| 3             | a         | b | c | d |        |
| 4             | a         | b | c | d |        |
| 5             | a         | b | c | d |        |
| 6             | a         | b | c | d |        |
| 7             | a         | b | c | d |        |
| 8             | a         | b | c | d |        |
| 9             | a         | b | c | d |        |
| 10            | a         | b | c | d |        |
| 11            | a         | b | c | d |        |
| 12            | a         | b | c | d |        |
| 13            | a         | b | c | d |        |
| 14            | a         | b | c | d |        |
| 15            | a         | b | c | d |        |
| 16            | a         | b | c | d |        |
| 17            | a         | b | c | d |        |
| 18            | a         | b | c | d |        |
| 19            | a         | b | c | d |        |
| 20            | a         | b | c | d |        |
| <b>Razem:</b> |           |   |   |   |        |

## 6. LITERATURA

1. Binder B., Binder E.: Reprezentuję firmę. Wydawnictwo PETIT, Warszawa 2001
2. Bogusławska T.: Praca biurowa, cz. 2 Praca w nowoczesnym biurze. Wydawnictwo REA, Warszawa 2003
3. Griffin R.W.: Podstawy zarządzania organizacjami. Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1996
4. Komosa A.: Kultura zawodu. EKONOMIK s.c. A. Komosa, J. Musiałkiewicz, Warszawa 2003
5. Stankiewicz J.: Komunikowanie się w organizacji. Wydawnictwo ASTRUM, Wrocław 1999
6. Thomson P.: Sposoby komunikacji interpersonalnej. Zysk i S-ka Wydawnictwo, Poznań 1998
7. Witek J.E: Technika biurowa. Wydawnictwo eMPi<sup>2</sup>, Warszawa 2002