



Продажи – это наука со своими правилами и закономерностями

Критическое мышление

Целевая группа

Курс предназначен для широкого спектра специалистов и менеджеров, принимающих управленческие решения.

Курс подойдет всем, кто по сути своей деятельности должен оценивать большой объем неполной информации и принимать решения на основе этих оценок.

Курс также будет полезен сотрудникам, идущим на замещение подобных должностей, участникам программы кадрового резерва.

Длительность программы

2 дня.

Цели курса

- Дать участникам тренинга понимание и взаимозависимость основных источников информации
- Научить оценивать достоверность информации и делать на ее основе выводы
- Критически относиться к сообщениям и неподтвержденным фактам
- Сформировать навык самостоятельного анализа информации

Методика

Интерактивный аналитический тренинг с большим количеством разбираемых кейсов и анализируемой информации. В процессе курса участникам будет предложено отработать принятие управленческих решений на основе неполной информации.

Основные упражнения проводятся на реальных и заранее подготовленных управленческих ситуациях.

Назаров Алексей

Бизнес тренер и консультант в области управления продажами и развития навыков продаж

Nazarov.nvision@gmail.com

+7 916 522 16 45

www.anazarov.org



Продажи – это наука со своими правилами и закономерностями

Содержание

Определение

- Что такое критическое мышление
- История вопроса
- Место критического мышления в общей структуре мышления
- Почему возникло данное направление
- Логическая последовательность и взаимосвязи фактов
- Универсальные правила структурирования информации

Различные методы логических доказательств истинности

- Формальная логика и ее правила
- От общего к частному. Дедуктивный подход к анализу фактов
- От частного к общему. Индуктивный подход к анализу информации
- Неформальная логика и ее правила
- Причинно-следственные связи при анализе информации
- Модели причинно-следственного анализа ситуации

Упражнение. Привести примеры различных способов доказательства истинности тезиса

Личные предпочтения при анализе информации

- Ценности и их влияние на ваше мнение
- Социальное давление и обусловленность
- Привычность действий и стереотипы
- Быстрое мышление и медленное
- Установки и ограниченность точки зрения

Логические ошибки и ловушки

- Подмена тезиса
- Предвосхищение основания

Назаров Алексей

Бизнес тренер и консультант в области управления продажами и развития навыков продаж

Nazarov.nvision@gmail.com

+7 916 522 16 45

www.anazarov.org



Продажи – это наука

со своими правилами и закономерностями

- Апелляция к личности оппонента, а не к его доводам
- Систематическая ошибка отбора
- «После» не значит «вследствие»
- Корреляция не является причинно-следственной связью
- Доказательство через то же самое
- Приписывание утверждений лицам, не имеющим к ним отношения
- Использование принципиально непроверяемых утверждений
- Ложная аналогия
- Сверхобобщение

Различные источники информации и их достоверность

- Достоверность определяется с точки зрения:
 - полноты
 - целостности
 - истинности информации
- Факторы, влияющие на достоверность информации:
 - канал распространения
 - личность и аккаунт автора
 - лингво-содержательный компонент текста

Статистические методы проверки достоверности

- Статистические методы анализа информации
- Средние значения, дисперсия и плотность вероятности
- Нормальное распределение
- Регрессия к среднему
- Корреляция независимых величин
- Редкие события и связанные с ними риски
- «Черные лебеди» в повседневности

Комплексный анализ ситуации

- Многофакторный анализ ситуации
- Влияние множества факторов на принятие управленческих решений
- Экономико-математическое моделирование
- Расчетные методы и приемы анализа
- Теория игр
- Теория массового обслуживания

Назаров Алексей

Бизнес тренер и консультант в области управления продажами и развития навыков продаж

Nazarov.nvision@gmail.com

+7 916 522 16 45

www.anazarov.org



Продажи – это наука со своими правилами и закономерностями

Результат

- Понимание участником тренинга основных принципов структурированного мышления
- Понимание основных методик стоимостного мышления
- Знания и навыки использования подходов и инструментов финансового анализа для оценки влияния принимаемых решений на стоимость компании
- Повышение качества принимаемых бизнес-решений
- Понимание окупаемости проектов и инвестиций в основные средства компании