

Задание студенту:

1. Проработка конспектов лекций по теме: «Деловое общение».
2. Термины и определения выписать в словарь.
3. Выполнить задание №8,95,№10,№11 письменно.

Деловое общение

Этикет представляет собой «условный язык», имеющий характер неписаного соглашения о том, что в поведении людей является общепринятым, а что нет, с помощью которого можно оценивать человека, судить об уровне его внутренней культуры, его нравственных и интеллектуальных качествах уже по тому, как он входит, как здоровается, каким тоном говорит, какие первые слова произносит.

Этикет (от фр. – etiquette – ярлык, церемониал, норма обхождения) – это совокупность норм и обычаев, регулирующих внешние формы поведения человека в обществе. В понятие этикета входит совокупность правил, связанных с умением держать себя в обществе, внешней опрятностью, правильностью построения беседы и ведения переписки, грамотностью и ясностью изложения своих мыслей, культурой поведения за столом и в иных ситуациях делового и светского общения. Основную функцию делового этикета можно определить как формирование таких правил поведения в обществе, которые способствуют взаимопониманию людей в процессе общения.

Деловое общение — это сложный многоплановый процесс развития контактов между людьми в служебной сфере. Его участники выступают в официальных статусах и ориентированы на достижение цели, конкретных задач. Специфической особенностью названного процесса является регламентированность, т. е. подчинение установленным ограничениям, которые определяются национальными и культурными традициями, профессиональными этическими принципами. Известны «писаные» и

«неписанные» нормы поведения в той или иной ситуации официального контакта. Принятый порядок и форма обхождения на службе называется деловым этикетом. Его основная функция — формирование правил, способствующих взаимопониманию людей. Второй по значению является функция удобства, т. е. целесообразность и практичность.

Деловой этикет основывается на тех же нравственных нормах, что и светский:

- 1) обязательным условием делового общения является вежливость, которая является выражением уважительного отношения к человеку. Проявлять вежливость — означает проявлять доброжелательность. В деловом мире вежливость рассматривается как экономическая категория, содействующая достижению деловых успехов в партнерстве;
- 2) тактичность — это чувство меры, соблюдаемое в разговоре, в личных и служебных отношениях, умение чувствовать границу, за которой в результате наших слов и поступков у человека возникает обида, огорчение, а иногда и раздражение. Тактичный человек всегда учитывает конкретные обстоятельства: разницу возраста, пола, общественного положения, место разговора, наличие или отсутствие посторонних. Уважение к другим — обязательное условие тактичности даже между хорошими товарищами;
- 3) скромность — сдержанность в оценке своих достоинств, знаний и положения в обществе. Скромный человек никогда не стремится показать себя лучше, способнее, умнее других, не подчеркивает свое превосходство, свои качества, не требует для себя никаких привилегий, особых удобств, услуг. Вместе с тем скромность не должна ассоциироваться ни с робостью, ни с застенчивостью, т.к. это различные категории;
- 4) корректность — это нейтральная, официальная, сдержанная, сухая вежливость. Умение вести себя с ориентацией на общепринятые правила приличия в любых обстоятельствах, в т.ч. в конфликтных;
- 5) благородство — способность совершать бескорыстные поступки, не допускать унижения ради материальной или иной выгоды;

б) точность – соответствие слова делу, пунктуальность и ответственность при выполнении взятых обязательств в деловом и светском общении.

Общим требованием считается приветливое и предупредительное отношение ко всем коллегам по работе, партнерам, независимо от личных симпатий и антипатий.

Регламентированность делового взаимодействия выражается также во внимании к речи. Обязательно соблюдение речевого этикета — разработанных обществом норм языкового поведения, типовых готовых «формул», позволяющих организовать этикетные ситуации приветствия, просьбы, благодарности и т. д. (например, «здравствуйте», «будьте добры», «разрешите принести извинения», «счастлив познакомиться с Вами»). Эти устойчивые конструкции выбираются с учетом социальных, возрастных, психологических характеристик. Общение как взаимодействие предполагает, что люди устанавливают контакт друг с другом, обмениваются определенной информацией для того, чтобы строить совместную деятельность, сотрудничество.

Чтобы общение как взаимодействие происходило беспрепятственно, оно должно состоять из следующих этапов:

- Установка контакта (знакомство). Предполагает понимание другого человека, представление себя другому человеку;
- Ориентировка в ситуации общения, осмысление происходящего, выдержка паузы;
- Обсуждение интересующей проблемы;
- Решение проблемы.
- Завершение контакта (выход из него).

Служебные контакты должны строиться на партнерских началах, исходить из взаимных запросов и потребностей, из интересов дела. Бесспорно, такое сотрудничество повышает трудовую и творческую активность, является важным фактором технологического процесса производства, бизнеса.

Деловое общение – искусство, позволяющее войти в контакт с другими лицами или организациями для получения взаимовыгодных результатов.

Умение вести себя с людьми надлежащим образом является одним из важнейших, если не важнейшим, фактором, определяющим шансы добиться успеха в бизнесе, служебной или предпринимательской деятельности.

Деловая этика составляет не только репутацию самого руководителя, но и репутацию фирмы в глазах деловых партнеров и потенциальных клиентов. К вопросам этики приёма посетителей имеет вопрос внешнего облика «хозяина» и его кабинета. Поговорим об этом:

Внешняя обстановка офиса и кабинета.

Первое, что замечают люди приходя на прием, собеседование, собрание, деловую беседу – это внешняя обстановка помещения, в котором предстоит решать какие-то вопросы. От того, как выглядит офис и кабинет от части зависят результаты деловой беседы.

Построение грамотного пространства требует соблюдения единого стиля во всем: в планировочном решении, в отделке, декоре, мебели.

Правильно и со вкусом спланированный кабинет помогает создать благоприятную обстановку для беседы, что способствует установлению плодотворного контакта. В соответствии с вышеизложенными требованиями в современном мире сложилась определенная традиция в правилах планировки кабинета руководителя.

Как в древнем китайском учении, стол должен стоять так, чтобы хозяин кабинета сидел лицом к двери и мог видеть приходящих и уходящих гостей. От стола руководителя должен отходить длинный стол с удобными стульями – он служит для проведения мелких заседаний, приема делегаций состоящих из нескольких человек. Стулья, стоящие около стола, должны быть мягкими и удобными, но не способствующие тому, чтобы люди сидели в них развалившись. Должен быть шкаф для хранения в нем текущих документов и материалов.

В кабинете руководителя также обычно присутствует мягкий уголок, состоящий из мягких кресел и журнального столика. Он используется для доверительных бесед с партнерами и, в некоторых случаях, с подчиненными, когда необходимо создать неформальную обстановку.

Обстановка и отделка кабинета не должна быть угнетающей и подавляющей, так как это снижает эффективность и результативность беседы. Для этой цели в кабинете могут находиться аквариум с рыбками, зеленые насаждения, зеркало.

Хорошо и со вкусом оформленный кабинет вызывает симпатию к его владельцу, но требует, чтобы его хозяин выглядел соответствующим образом.

Одежда и внешний вид.

Хотя и говорят, что провозжают по уму, но принимают по одежке – эти же принципы действуют и когда человек приходит на прием. И одежда одно из главных условий того, насколько хорошее сложится у человека мнение о руководителе.

Визитные карточки.

Обязательный атрибут первой встречи с деловым партнером – обмен визитными карточками. Наличие визитной карточки свидетельствует о серьезности и солидности предпринимателя.

Основное назначение визитных карточек – представление деловых и официальных лиц друг другу при первом знакомстве. Обычно она печатается на языке страны, в которой живет владелец карточки, по-английски или на языке страны пребывания.

На визитной карточке печатаются имя и фамилия, должность и адрес фирмы, где человек работает, а также номер телефона (факса, телекса).

Визитные карточки вручаются человеку так, что бы он смог сразу прочитать ее, а дающий должен тем временем в слух произнести свое имя и фамилию.

Прием подчиненных.

Вступая в контакт с подчиненными необходимо следить за своей речью, так как от того, как говорит руководитель зависит, то насколько точно его будут понимать подчиненные. Правильный и литературный стиль речи вызывает уважение и привлекает внимание к говорящему и к теме беседы.

Вне зависимости от того, с кем предстоит встречаться, руководитель всегда должен:

- уметь объяснить, что он имеет ввиду, если он по каким-то причинам чувствует, что его не понимают;
- контролировать свое общение с подчиненными, тщательно подбирая слова;
- стараться сделать свою речь по возможности ясной и определенной.

Люди не только слушают, что им говорят, но и внимательно следят за жестами, которыми сопровождается речь. Конечно, о многом расскажет выражение лица, но положение нашего тела все-таки важнее. Руководитель должен следить, чтобы его слова «не расходились» с жестами. Конечно, иногда сложно справиться с собой, но лучше объяснить это своим подчиненным, чем сбивать их с толку странным поведением и путанной речью.

Знание языка телодвижений помогает также руководителю во время общения, так как умение понимать язык жестов помогает улавливать перемену настроения собеседника и вовремя сглаживать назревающие конфликты или уместной фразой привлечь внимание к теме разговора. Хочет того руководитель или нет, подчиненные всегда будут следить за его жестами. Поэтому всем руководителям нужно внимательней следить за своими невербальными реакциями, не только для того, чтобы правильно пользоваться языком телодвижений, но и чтобы лучше понять смысл позы и жеста любого из своих сотрудников.

Если вы хотите добиться максимальных результатов от встречи необходимо уметь чувствовать ситуацию и управлять процессом общения. Если вы умеете:

- Организовать общение.

- Анализировать цели и задачи процесса общения, его предмет и повод.
- Владете навыками и приемами делового общения, знаете и использовать его тактику и стратегию.
- Знаете речевой этикет и уметь им пользоваться.
- Умеете вести беседу, собеседование, деловой разговор, спор, полемику, дискуссию, деловое совещание и т.д.
- Имеете навыки доказывать, опровергать, критиковать, убеждать, достигать соглашений, компромиссов, делать оценки, предложения.
- Владете техникой речи, риторическими фигурами и приемами, уметь правильно строить речь и другие публичные выступления.
- Знаете служебный этикет и уметь его использовать.
- Умеете с помощью слова осуществлять психотерапию общения, снижать стресс и недоверие собеседника, корректировать его оценки, поведение и отношения к событиям и заявлениям.
- Умеете анализировать коммуникативные конфликты, диагностировать их, направлять их развитие в нужное русло.
- Знаете уловки, секреты и приемы общения, которые считаются нелояльными, уметь ими пользоваться.
- Знаете основы логики, теории и практики аргументации, уметь использовать их для ведения делового общения.

О вас можно сказать, что вы умеете управлять общением, так как этот перечень знаний, навыков и умений можно рассматривать почти как синоним способности к управлению общением.

Но при общении с подчиненными играет роль еще один немаловажный аспект – это возникновение или наличие конфликтной ситуации. В этом случае, чтобы уметь уладить конфликт, безболезненно для предприятия и его коллектива, необходимо знать природу конфликта и уметь им управлять.

Современная точка зрения заключается в том, что даже в организациях с эффективным управлением некоторые конфликты не только возможны, но и желательны. Конечно, конфликт не всегда имеет положительный характер. В

некоторых случаях он может мешать удовлетворению потребностей и достижению целей организации. Например, человек, который на заседании комитета спорит только потому, что не спорить он не может, вероятно снизит степень удовлетворения потребности в принадлежности и уважении и, возможно, уменьшит способность группы принимать эффективные решения. Члены группы могут принять точку зрения спорщика только для того, чтобы избежать конфликта и всех связанных с ним неприятностей даже не будучи уверенными, что поступают правильно. Но во многих случаях конфликт помогает выявить разнообразие точек зрения, дает дополнительную информацию, помогает выявить большее число альтернатив или проблем и т.д. Это делает процесс принятия решений группой более эффективным, а также дает людям возможность выразить свои мысли и тем самым удовлетворить личные потребности в уважении и власти. Это также может привести к более эффективному выполнению планов, стратегий и проектов, поскольку обсуждение различных точек зрения на них происходит до их фактического исполнения.

Таким образом, конфликт может быть функциональным и вести к повышению эффективности организации. Или он может быть дисфункциональным и приводит к снижению личной удовлетворённости, группового сотрудничества и эффективности организации. Роль конфликта, в основном, зависит от того, насколько эффективно им управляют. Чтобы управлять конфликтом, необходимо знать причины его возникновения, тип, возможные последствия для того, чтобы выбрать наиболее эффективный метод его разрешения.

Разъяснение требований к работе. Это один из лучших методов управления, предотвращающий дисфункциональный конфликт. Нужно разъяснить, какие результаты ожидаются от каждого сотрудника и подразделения. Здесь должны быть упомянуты такие параметры, как уровень результатов, который должен быть достигнут, кто предоставляет и кто получает различную информацию, система полномочий и ответственности, а также чётко

определена политика, процедуры и правила. Причем, руководитель уясняет эти вопросы не для себя, а доносит их до подчинённых с тем, чтобы они поняли, чего от них ожидают в той или иной ситуации.

Координационные и интеграционные механизмы. Это ещё один метод управления конфликтной ситуацией. Один из самых распространённых механизмов — цепь команд. Установление иерархии полномочий упорядочивает взаимодействие людей, принятие решений и информационные потоки внутри организации. Если два или более подчинённых имеют разногласия по какому-либо вопросу, конфликта можно избежать, обратившись к общему начальнику, предлагая ему принять решение. Принцип единоначалия облегчает использование иерархии для управления конфликтной ситуацией, так как подчинённый знает, чьи решения он должен исполнять.

Межличностные стили разрешения конфликтов.

Уклонение. Этот стиль подразумевает, что человек старается уйти от конфликта. Его позиция — не попадать в ситуации, которые провоцируют возникновение противоречий, не вступать в обсуждение вопросов, чреватых разногласиями. Тогда не придётся приходить в возбуждённое состояние, пусть даже и занимаясь решением проблемы.

Сглаживание. При таком стиле человек убежден, что не стоит сердиться, потому что «мы все — одна счастливая команда, и не следует раскачивать лодку». Такой «сглаживатель» старается не выпустить наружу признаки конфликта, апеллируя к потребности в солидарности. Но при этом можно забыть о проблеме, лежащей в основе конфликта. В результате может наступить мир и покой, но проблема останется, что в конечном итоге произойдет «взрыв».

Принуждение. В рамках этого стиля превалируют попытки заставить принять свою точку зрения любой ценой. Тот, кто пытается это сделать не интересуется мнением других, обычно ведет себя агрессивно, для влияния на других пользуется властью путем принуждения. Такой стиль может быть

эффективен там, где руководитель имеет большую власть над подчинёнными, но он может подавить инициативу подчинённых, создаёт большую вероятность того, что будет принято неверное решение, так как представлена только одна точка зрения. Он может вызвать возмущение, особенно у более молодого и более образованного персонала.

Компромисс. Этот стиль характеризуется принятием точки зрения другой стороны, но лишь до некоторой степени. Способность к компромиссу высоко ценится в управленческих ситуациях, так как это сводит к минимуму недоброжелательность, что часто даёт возможность быстро разрешить конфликт к удовлетворению обеих сторон. Однако, использование компромисса на ранней стадии конфликта, возникшего по важной проблеме может сократить время поиска альтернатив.

Решение проблемы. Данный стиль- признание различия во мнениях и готовность ознакомиться с иными точками зрения, чтобы понять причины конфликта и найти курс действий, приемлемый для всех сторон. Тот, кто использует такой стиль не старается добиться своей цели за счет других, а скорее ищет наилучший вариант решения. Данный стиль является наиболее эффективным в решении проблем организации. Ниже приведены некоторые предложения по использованию этого стиля разрешения конфликта:

- Определите проблему в категориях целей, а не решений.
- После того, как проблема определена, определите решения, приемлемые для всех сторон.
- Сосредоточьте внимание на проблеме, а не на личных качествах другой стороны.
- Создайте атмосферу доверия, увеличив взаимное влияние и обмен информацией.
- Во время общения создайте положительное отношение друг к другу, проявляя симпатию и выслушивая мнение другой стороны.

Беседа с посетителями.

Всем без исключения предпринимателям приходится вступать с партнерами по бизнесу – поставщиками сырья, комплектующих или готовых изделий, а также с потребителями. От того, насколько хорошо умеет предприниматель организовать и вести переговоры, зависит успех его дела, его репутация. Искусству ведения переговоров специально обучаются во всем мире.

Правильно подготовленный к переговорам человек сможет добиться своей цели, не обидев при этом партнера и оставив о себе благоприятные впечатления. Подготовка к переговорам включает два основных направления работы: решение организационных вопросов и проработка основного процесса переговоров.

Хорошая подготовка к переговорам предполагает предварительное рассмотрение максимально возможного числа вариантов решения. Все варианты ранжируются в зависимости от степени их приемлемости.

Важным элементом подготовки к основному процессу переговоров является организация делового приема. Деловой прием проводится на ранней стадии партнерства с другой фирмой, после установления с ней контактов, выявляющих взаимную заинтересованность.

Готовясь к встрече с партнером необходимо наметить свою тактическую линию. Для этого полезно усвоить тактические приемы, которые можно применить в ходе переговоров, добиваясь своей цели.

Следует учитывать также, что есть ряд факторов отрицательно влияющих на ведение дел:

- дискомфорт физической среды: непривлекательность помещения, неудобство сидений, несвежий воздух и т.п.;
- озабоченность собеседников какими-то служебными или личными делами, расстроенность морально психологического состояния;
- амбиции, зависть, недоброжелательность;
- неграмотность речи выступающего, невыразительность фраз и т.д.;
- некомпетентность собеседника;
- неприятие имиджа собеседника.

Постарайтесь избежать появления таких факторов, а при их наличии – сгладить и нейтрализовать их.

Деловой стиль общения ориентирован на положительный (конструктивный) результат. Деловой стиль исключает подавление чужой позиции. Основной вопрос делового стиля общения можно сформулировать так: позиции сторон определяются отношением к обсуждаемой проблеме (спорному положению) или отношением к оппоненту.

Хотите побеждать в споре – умеете аргументировать.

«Читайте» своего собеседника по мимике и жестам.

Психотерапия в общении: не победить соперника, а добиться его расположения.

Старайтесь не выдвигать беспочвенных предложений и аргументировать свои действия. Аргументацией называют действительность, которая связана с доказательством, обоснованием, утверждением, опровержением или критикой.

В повседневной жизни каждый человек в процессе общения утверждает собственно «я», свою оценку тех или иных явлений, свое отношение к ним. Благодаря опыту, знаниям, способностям у людей складываются различные по глубине и степени разработанности личные принципы и правила, позволяющие считать что-то доказанным, а что-то сомнительным. Но это бывает до тех пор, пока в споре не встретится оппонент, владеющий теорией и практикой аргументации, всем ее арсеналом, либо когда собственная аргументация не станет объектом критики, опровержения или просто серьезного рассмотрения.

Подготовка к общению

Перед началом разговора нужно четко сформулировать для себя, чего необходимо достигнуть в результате встречи. Чтобы беседа была продуктивной с самого начала, надо:

- установить контакт с собеседником;
- создать благоприятную атмосферу для беседы;

- привлечь внимание партнера;
 - пробудить интерес к беседе;
- «перехватить» инициативу, если это необходимо.

Существуют такие способы начала беседы, которые закрывают нам путь к успеху или сильно затрудняют его достижение. Следует избегать их если вы хотите чтобы ваша беседа была результативной:

- проявление признаков неуверенности в себе и в необходимости встречи;
- проявление неуважения в начале встречи, даже в мягкой форме;
- возбуждение оборонительной позиции собеседника первыми же вопросами.

Проблема успешного взаимодействия людей усугубляется еще и наличием более сложных и глубинных составляющих стиля ведения беседы, таких, как:

- склонность высказываться прямо или намекать;
- расспрашивание или предоставление другим инициативы в предоставлении информации о себе;
- комфортный уровень формальности – простоты; допустимые шутки;
- отношение к обмену жалобами;
- ожидание, что другой последует нашему примеру и т.д.

Показателями культуры речи в деловом общении являются:

- словарный состав (исключаются оскорбляющие слух (нецензурные), жаргонные слова, диалектизмы);
- словарный запас (чем он богаче, тем ярче, выразительнее, разнообразнее речь, тем меньше она утомляет слушателей, тем больше впечатляет, запоминается и увлекает); произношение (нормой современного произношения в русском языке является старомосковский диалект);
- грамматика (деловая речь требует соблюдения общих правил грамматики, а также учета некоторых специфических отличий; в частности, центральное место в деловой речи должно быть занято существительными, а не глаголами);

- стилистика (к хорошему стилю речи предъявляются такие требования, как недопустимость лишних слов, правильный порядок слов, отсутствие стандартных, избитых выражений).

Деловое (официальное, служебное) общение в зависимости от обстоятельств может быть прямым и косвенным. В первом случае оно проходит при непосредственном контакте субъектов общения, а во втором — с помощью переписки или технических средств. Как в процессе прямого, так и косвенного общения используются различные методы влияния или воздействия на людей. Среди наиболее употребительных из них И. Браим выделяет следующие — убеждение, внушение, принуждение.

- Убеждение — воздействие посредством доказательств, логического упорядочения фактов и выводов. Подразумевает уверенность в правоте своей позиции, в истинности своих знаний, этической оправданности своих поступков. Убеждение — ненасильственный, а значит, и нравственно предпочтительный метод влияния на партнеров по общению.
- Внушение, как правило, не требует доказательств и логического анализа фактов и явлений для воздействия на людей. Основывается на вере человека, складывающейся под влиянием авторитета, общественного положения, обаяния, интеллектуального и волевого превосходства одного из субъектов общения. Большую роль во внушении играет сила примера, вызывающая сознательное копирование поведения, а также бессознательное подражание.
- Принуждение — наиболее насильственный метод воздействия на людей. Предполагает стремление заставить человека вести себя вопреки его желанию и убеждениям, используя угрозу наказания или иного воздействия, способного привести к нежелательным для индивида последствиям. Этически оправданным принуждение может быть лишь в исключительных случаях. На выбор метода воздействия на людей оказывают влияние разнообразные факторы, в том числе

характер, содержание и ситуация общения (обычная, экстремальная), общественное или служебное положение (властные полномочия) и личностные качества субъектов общения.

Все беседы состоят из трех частей:

- **ВСТУПЛЕНИЕ** — важная часть, так как помогает расположить к себе собеседника. По времени оно обычно занимает 10-15% всей беседы.
- **ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ** – сама беседа, занимает 60-65%. В этой части вы обмениваетесь информацией с собеседником, приходите к общим соглашениям, решениям, решаете спорные вопросы.
- **ЗАКЛЮЧЕНИЕ** – 20-30% всей беседы. Вы формулируете выводы, заключаете контракты, договариваетесь о следующей встрече и прощаетесь.

Существуют определенные общие правила, которых целесообразно придерживаться при ведении бесед в деловой и неформальной обстановке.

Среди них можно выделить следующие наиболее важные.

- Говорить нужно так, чтобы каждый участник беседы имел возможность легко вступить в разговор и высказать свое мнение.
- Недопустимо нападать с горячностью и нетерпением на чужую точку зрения.
- Высказывая свое мнение, нельзя отстаивать его, горячась и повышая голос: спокойствие и твердость в интонациях действуют более убедительно.
- Изящество в разговоре достигается через ясность, точность и сжатость высказываемых доводов и соображений. Во время беседы необходимо сохранять самообладание, хорошее расположение духа и благожелательность.
- Серьезная полемика, даже при уверенности в своей правоте, негативно сказывается на взаимопользных контактах и деловых отношениях. Необходимо помнить, что за спором идет ссора, за ссорой — вражда, за враждой — проигрыш обеих противостоящих сторон.
- Ни при каких обстоятельствах нельзя перебивать говорящего. Лишь в крайних случаях можно сделать замечание со всевозможными формами вежливости.

- Воспитанный человек, прервав беседу, когда в комнату вошел новый посетитель, не продолжит разговор, прежде чем не ознакомит вкратце пришедшего с тем, что было сказано до его прихода.
- Недопустимо в беседах злословить или поддерживать злословие в адрес отсутствующих.
- Нельзя вступать в обсуждение вопросов, о которых нет достаточно ясного представления.
- Упомянув в беседе третьих лиц, необходимо называть их по имени-отчеству, а не по фамилии. Женщина никогда не должна называть мужчин по фамилии.
- Необходимо строго следить за тем, чтобы не допускать бестактных высказываний (критика религиозных воззрений, национальных особенностей и т.п.).
- Считается неучтивым заставлять собеседника повторять сказанное под тем предлогом, что вы не расслышали каких-то деталей.
- Если другой человек заговорит одновременно с вами, предоставьте право сначала высказаться ему.

И последнее, образованного и воспитанного человека узнают по скромности. Он избегает хвастать своими знаниями и знакомствами с людьми, занимающими высокое положение.

В политической, предпринимательской, коммерческой и иных сферах деятельности важную роль играют деловые беседы и переговоры. Изучением этики и психологии переговорных процессов занимаются не только отдельные исследователи, но и специальные центры, а методика ведения переговоров включается в программы подготовки специалистов различных профилей. Деловые беседы и переговоры осуществляется в вербальной форме (англ. verbal — словесный, устный). Это требует от участников общения не только грамотности, но и следования этике речевого общения. Кроме того, важную роль играет, какими жестами, мимикой мы сопровождаем речь (невербальное общение). Особую важность знание невербальных аспектов общения приобретает при ведении переговорных процессов с иностранными партнерами, представляющими иные культуры и религии.

Задание № 1

Сравните столбцы в таблице 1.1 и подберите правильное сочетание представленных терминов и определений друг к другу.

Таблица 1.1

Термин	Определение
1. Деловая коммуникация -	правила, формы и методы общения
2. Монолог -	самый массовый вид взаимодействия людей
3. Коммуникация -	продолжительный обмен сведениями, точками зрения, часто сопровождающийся принятием решений
4. Диалог -	продолжительное высказывание одного лица
5. Полилог -	взаимодействия между двумя или несколькими собеседниками
6. Деловой разговор -	как форма делового общения может включать элементы монолога и диалога
7. Деловая беседа -	разговор, предназначенный для печати, радио, телевидения
8. Интервью -	кратковременный контакт, преимущественно на одну тему

Задание № 2

Подготовьте письменную работу на тему «Основные функции общения». Приведите примеры их реализации в различных ситуациях общения.

Задание № 3

Продумайте возможные речевые ситуации по следующим темам:

1. Презентация инновационной пароварки, которая при варке продуктов сохраняет все витамины.
2. Представление новой коллекции одежды для детей, которая называется «Пижон».
3. Продажа загородного коттеджа.

Задание № 4

Отметьте качества, которые, являются личностными качествами делового человека:

- уверенность в себе;
- владение предметом общения;
- самоуверенность;
- гордость;
- компетентность;
- эмоциональность.

Задание № 5

Составьте по два примера к каждому из следующих видов вопросов:

- информационные вопросы (используются для сбора сведений);

- контрольные вопросы (необходимы для контроля за ходом деловой коммуникации);
- ориентационные вопросы (используются, чтобы знать придерживается ли партнер идей высказанных ранее);
- подтверждающие вопросы (необходимы, чтобы добиться взаимопонимания);
- ознакомительные вопросы (используются для ознакомления с мнением собеседника);
- однополюсные вопросы (повторение вопроса собеседника, в знак того, что понятно, о чем идет речь и для того чтобы выиграть время на обдумывание ответа);
- встречные вопросы (необходимы для сужения темы разговора);
- направляющие вопросы (в случае отклонения от темы направляют беседу в нужное русло);
- альтернативные вопросы (предоставляют возможность выбора);
- провокационные вопросы (используются, чтобы установить правильно ли партнер понимает ситуацию);
- вступительные вопросы (необходимы для формирования у партнера заинтересованности в разговоре);
- заключающие вопросы (необходимы для подведения итогов разговора);
- закрытые вопросы (наводящие вопросы, на которые можно коротко ответить);
- открытые вопросы (выявляют ключевые моменты беседы).

Задание № 6

Определение какого понятия дано в предложении?

Содержание этого вида общения в значительной степени определяется правилами и

нормами поведения и является исполнением социально значимых ритуалов (поздравления, выражение сочувствия).

Задание № 7

В деловой коммуникации бывают ситуации, в которых необходимо отказываться от каких либо деловых условий. При указании причин отказа могут использоваться следующие предлоги, союзы и союзные слова:

- из-за того, что;

- так как;

- поскольку;

- вследствие того, что;

- в связи с тем, что.

Дополните этот список собственными предлогами, союзами и союзными словами.

Задание № 8

Сравните столбцы в таблице 1.2 и подберите правильное сочетание представленных терминов и определений друг к другу.

Таблица 1.2

Термин	Определение
1. Реклама -	установление двухсторонних долгосрочных коммуникаций между производителем и потребителем

- | | |
|---------------------------|---|
| 2. Стимулирование сбыта - | достижение высокой общественной репутации фирмы |
| 3. Паблик рилейшнз - | краткосрочные побуждения к совершению покупок. |
| 4. Директ – маркетинг - | создание образа фирмы, товара и достижение осведомленности о них потенциальных потребителей |

Задание № 9

Подготовьте сценарий игровой пресс-конференции с использованием различных ролей участников дискуссии. Тему выберите самостоятельно.

Задание № 10

Соотнесите каждое понятие с одной из групп терминов: паблик рилейшнз; стимулирование сбыта; прямой маркетинг.

Скидки, купоны, сувенирная реклама, гарантии, льготы, продажа товара в кредит, специальные предложения, распродажи.

Пресс-релиз; статьи в прессе, интервью, проведение семинаров, спонсорство, дни открытых дверей, членство в клубах, презентации.

Письма, извещения, почтовые карточки, брошюры, листовки с информацией.

Задание № 11

Крупная фирма открыла филиал в другом городе. Начальнику отдела сбыта поручили обучить своего коллегу по сбыту этого регионального филиала. Он начал учить, но в личной беседе сказал своему коллеге, что его знания стоят денег и делиться ими он не намерен. Перспективы роста начальника отдела сбыта – руководитель филиала.

Особенность данного предприятия – большая специфика работы в области сбыта. Причем если действовать просто по разработанным инструкциям, уходит очень много времени,

из-за многочисленных региональных особенностей.

Каким образом в деловой беседе коллега может подействовать на начальника отдела сбыта поделиться своими знаниями с ним?

В задании обязательно выбрать и описать: стиль общения, вид общения, рассмотреть «эффекты деловой коммуникации», выбрать поинтеры, построить диалог по 5 фазам деловой беседы.

Задание № 12

Прочитайте перечень основных видов профессиональной деятельности специалиста по рекламе и исключите, на ваш взгляд, лишние.

- маркетингово - рекламная;
- педагогическая;
- рекламно – управленческая;
- рекламно – производственная;
- художественно – творческая;
- рекламно – информационная;
- культурная;
- аналитическая;
- правовая;
- рекламно – торговая;
- научно – исследовательская.

Объясните свой выбор.

Задание № 13

Составьте синонимы к следующим словам, уместным в деловой коммуникации:

- уведомление;
- оповещение;
- отправление;
- приказ.

Задание № 14

Вы работаете в крупном рекламном агентстве. Вам только, что поручили написать рекламный ролик для нового товара, появившегося на рынке. Реклама рассчитана примерно на 30 секунд. Самостоятельно выберите рекламируемый товар и включите в свой сценарий следующие пункты:

- общий план всего рекламного показа;
- все тексты (разговоры, монологи и т.д.);
- описание необходимого реквизита.

Задание № 15

Составьте эссе на тему «Русский рекламный слоган».

Задание № 16

Определение какого понятия дано в предложении?

В процессе его человек удовлетворяет потребность в общении, например общение друзей.

Задание № 17

Подготовьтесь к тренингу «Менеджер по рекламе». Рекомендации по подготовке к тренингу:

- составьте устный рассказ о себе;
- найдите сведения о профессии менеджер по рекламе;
- подумайте, что такое коммуникативная компетентность;
- определите, как вы будете удерживать внимание рекламодателей;
- соберите информацию о рекламируемом товаре, условиях его продажи, преимуществах конкурентов;
- подумайте, как вы закончите деловые переговоры.

Задание № 18

Выполните тестовое задание, при необходимости воспользуйтесь лекционным материалом.

1.

Лоббирование – это

- медицинская операция;
- услуги по взаимодействию с государственными органами с целью создания оптимальных условий для деятельности фирмы;
- оборонное действие при нападении.

2.

Какая организация относится к некоммерческим:

- частный детский сад;
- городская больница;
- частная типография.

3.

Предпринимательство

- всегда выгодно;
- это фактор производства;
- никогда не обходится без риска.

4.

Фирма, заботящаяся о своей репутации, заинтересована

- только в извлечении прибыли;
- в брендировании товаров;
- в развитии собственной пиар - службы.

5.

Дивиденды - это

- часть доходов корпорации, которая распределяется между держателями акций;
- проценты от аренды недвижимости;
- привилегированные акции.

Задание

№

19

На работу в фирму приняли нового дизайнера. Но вот беда – он то одно забудет сделать, то другое перепутает, то опоздает. Оплата труда фиксированная – 500 \$, рабочий день нормированный. Беседы про недопущение опозданий с ним проводились.

Директор фирмы легко может его уволить, но он хороший специалист. Подобный опыт был и с предыдущим человеком, ранее работавшим на этом месте, который также страдал подобным «недугом».

Платить больше фирма не имеет возможности, да и сотрудник не высказывает претензий по этому поводу. Знакомые владельцы других фирм говорят, что причина в том, что дизайнеры, художники – профессии творческие, поэтому приходится терпеть их выходки.

Фирма небольшая 7 человек из них директор – владелец компании. Основное направление - наружная реклама. Атмосфера в коллективе комфортная. Если в течение дня директор видит, что работа у дизайнера сделана, то всегда его отпускает домой, но настаивает на приходе на работу вовремя.

Постройте такую систему деловой коммуникации, чтобы заставить этого специалиста четко и правильно выполнять все задания руководства?

Задание № 20

Рекламодатель назначил вам время для деловой встречи. Составьте диалог по двум формам ответа:

- согласие;

- отказ с извинениями и объяснениями причин.

Контрольные вопросы по разделу 1

«Основы деловой коммуникации»

1. Формы деловой коммуникации.

2. Монолог и принципы его построения.

3. Основные характеристики общения.

4. Деловое общение и его функции.

5. Деловая беседа и ее фазы.

6. Правила проведения деловых собраний.

7. Деловой телефонный разговор.
8. Классические правила ведения диалога.
9. Структура делового общения.
10. Стратегии делового общения.
11. Социально - психологические проблемы деловых отношений в рекламной сфере.
12. Законы деловой коммуникации.
13. Коммуникационные эффекты делового общения.
14. Классификация деловых коммуникаций.
15. Основные стили общения.

2. ДЕЛОВЫЕ ДОКУМЕНТЫ

Целью данного раздела является возможность практического изучения роли деловых документов в системе массовых коммуникаций, умение анализировать различные виды деловой переписки и особенности составления деловых документов в области рекламной деятельности фирмы.

Задание № 1

Сформируйте данные ниже слова в три группы:

- законодательные документы;
- дипломатические документы;
- деловые документы.

Закон, нота, договор, указ, меморандум, должностная инструкция, справка, протокол, пакт, соглашение, объяснительная записка, заявление, характеристика, анкета, расписка, доверенность, устав, нормативный акт.

Задание № 2

Составьте стандартное резюме, используя образец представленный в приложении 1.

Задание № 3

Сравните столбцы в таблице 2.1 и подберите правильное сочетание представленных терминов и определений друг к другу.

Таблица 2.1

Термин	Определение
1. Акт -	документ, предоставляющий собой трафаретный текст, содержащий вопросы по определенной теме и место для ответов на них
2. Бланк -	единица хранения письменных документов в архиве, помещенных в отдельную папку
3. Дело -	согласие на предложение вступить в сделку, заключить договор на условиях, указанных в предложениях
4. Акцепт -	белый лист с частично напечатанным текстом и пробелами, который заполняется актуальной информацией
5. Анкета -	документ, составленный несколькими лицами и

подтверждающий установленные факты или события

Задание № 4

Определение, какого делового документа дано в предложении?

Краткое, актуальное, социально значимое письменное сообщение для средств массовой информации от имени руководства предприятия.

Задание № 5

Выберите в таблице 2.2 три любых документа и составьте их в соответствии с представленной структурой. Документы должны быть направлены на рекламную деятельность фирмы.

Таблица 2.2

Наименование вида документа	Структура документа
--------------------------------	---------------------

1. Положение о структурном подразделении	общие положения, задачи, функции, права, ответственность, взаимоотношения
--	---

2. Должностная инструкция	общие положения, функции, права, ответственность взаимоотношения
---------------------------	--

3. Приказ, распоряжение	констатирующая часть, приказная (распорядительная) часть
-------------------------	--

4. Протокол	вводная часть, основная часть
-------------	-------------------------------

Составьте эссе на тему «Слово, как действие в официальной коммуникации».

Задание № 12

Объясните пословицы и поговорки и выберите, какие из них уместны в деловом общении:

- «Держать марку»;

- «В чужой монастырь со своим уставом не ходят»;

- «Выносить сор из избы».

Задание № 13

Сравните столбцы в таблице 2.3 и подберите правильное сочетание представленных терминов и определений друг к другу.

Таблица 2.3

Термин	Определение
1. Ведомость -	документы, составленные учреждениям или должностным лицом и оформленные в установленном порядке
2. Виза -	решение, принятое совещанием по обсуждаемому вопросу
3. Официальные документы -	перечень видов работ, услуг, товаров с указанием цен и расценок
4. Прейскурант -	перечень каких-либо сведений, расположенных в определенном порядке

5. Повестка - подпись, подтверждающая факт ознакомления должностного лица с документом
6. Резолюция - официальное сообщение частному лицу с предложением куда-либо прийти

Задание № 14

Выполните тестовое задание, при необходимости воспользуйтесь лекционным материалом.

1.

Что такое пресс – релиз?

- информационное сообщение; наиболее распространенный способ передачи информации прессе;
- отдел промышленного предприятия, отвечающий за реализацию прессов;
- мероприятия, на которые не допускаются журналисты.

2.

Презентация – это

- организация банкетных мероприятий организуемая спонсорами;
- специальное шоу для демонстрации новых изделий и других инноваций;
- мероприятия по проведению выборов президента фирмы.

3.

Чем отличается презентация от выставки?

- на презентации в отличие от выставок запрещено употребление спиртных напитков;
- эти понятия равносильны по значению;

- на выставке экспонируются любые изделия, а презентация проводится с целью познакомить потребителей с новинками.

4.

Тренинг – это

- расписание железнодорожных поездов;
- оплата за транспортировку услуг;
- особый вид учебной деятельности, направленной на формирование поведенческих навыков.

5.

Кетч – это

- сленговое название кетчупа;
- яркий рекламный лозунг, цель которого привлечь внимание покупателей;
- переманивание журналистов из одного издательства в другое за счет более высокой оплаты труда.

6.

Пресс – кит – это

- разновидность северных китов;
- набор рекламных материалов для вручения представителям СМИ;
- отпечатанная информация о фирме.

7. Дайджест – это

- персонаж художественного фильма;
- специальный жест, используемый в деловом общении;

- сборник цитат позаимствованных из одного или нескольких однородных информационных источников.

Задание № 15

Составьте пресс - релиз, используя образец представленный в приложении 3. Тему выберите самостоятельно.

Задание № 16

Исключите лишние определения из основных монологических жанров деловой письменной речи:

- договор;
- деловое письмо;
- резюме;
- письмо – просьба;
- доклад;
- ходатайство;
- информационное письмо;
- письмо – приглашение;
- благодарственное письмо;
- гарантийное письмо;
- коммерческое предложение;
- ответ на коммерческое предложение;

- служебная записка;
- рекламация;
- реферат;
- служебная телеграмма.

Задание № 17

Напишите заявления, используя форму в приложении 4 по следующим темам:

- с просьбой вам уйти в академический отпуск;
- с просьбой принять вас на работу менеджером по рекламе;
- с просьбой предоставить вам материал для составления договора.

Задание № 18

Составьте эссе на тему «Развитие толерантности в современном обществе».

Задание № 19

Определение, какого делового документа дано в предложении?

Документ, фиксирующий фактическое состояние дел по какому-либо вопросу деятельности предприятия.

Задание

№

20

Пациентке одной частной клиники порекомендовали выполнить определенную процедуру в другой частной клинике, у определенного врача. У клиник разные владельцы, никакой договоренности о взаимном сотрудничестве нет – это просто инициатива самих врачей.

Пациентка зашла в рекомендованную ей клинику: направо и налево по коридору располагались кабинеты врачей, впереди в нише – администратор. Пациентка, как обычно, направилась к стойке администратора. Но она была занята двумя другими посетителями. Пациентка присела на диванчик и стала ждать, но администратор все еще занимался предыдущими посетителями. Пациентка решила посмотреть, а нельзя ли пройти прямо к

нужному ей врачу. Номер кабинета и ФИО врача ей были известны. Она вышла из холла, где сидит администратор, и прошла по коридору к нужному ей врачу. Перед кабинетом сидела еще одна посетительница. Наша пациентка быстро дождалась своей очереди и попала на прием, представившись, что ее направили из другой клиники. Сначала врач отвел ее на рентген, оплату попросил произвести лично рентгенологу.

Сам врач после выполнения процедуры также попросил положить деньги в ящик стола. Таким образом, владельцы клиники недополучили только с одной пациентки около 2000 тысяч рублей. Но эта посетительница – не единственная, кого направляют сюда из другой клиники.

Как владельцам наладить контроль и пресечь возможность персонала работать налево, используя современную систему деловой документации?

Задание № 21

Предположим, что в ближайшем магазине «Молодежная мода» вы купили свитер за 3000 рублей. Надев свитер всего один раз, вы заметили, что он расходится по швам. Вы обратились с жалобой к директору магазина, но ничего не добились. Напишите деловое письмо с рекламацией президенту фирмы. В первом абзаце вы должны изложить суть дела. Во втором – сформулировать ваши требования к магазину. В последнем абзаце следует сообщить ваши координаты и срок, к которому вы бы хотели получить ответ.

Контрольные вопросы по разделу 2

«Деловые документы»

1. Основы устного общения.
2. Публичное выступление как вид устного, делового общения.
3. Основные документы делового общения.

4. Законы публичной речи.
5. Формирования процесса слушания при публичном выступлении.
6. Язык деловой переписки.
7. Вербальное, деловое общение.
8. Методы воздействия на аудиторию.
9. Деловая переписка как вид письменного, делового общения.
10. Рекламный текст как вид деловой письменной коммуникации.
11. Делопроизводство.
12. Стандартизация деловых бумаг на предприятии.
13. Унификация служебных документов.
14. Стилистические нормы в деловых документах.
15. Рекламация.

3. ДЕЛОВОЙ ПРОТОКОЛ И ЭТИКЕТ

Целью данного раздела является возможность практического изучения этических основ делового общения, формирования современной деловой культуры и деловой этике в рекламе. Подробно рассмотрены задания по деловому этикету, проведению бизнес – протоколов, этическим основам делового общения и всевозможным этическим нарушения и приемам недобросовестной рекламы.

Задание № 1

Определение, какого понятия дано в предложении?

Наука об отношениях, существующих между людьми и об обязанностях, вытекающих из этих отношений.

Задание № 2

Сравните столбцы в таблице 3.1 и подберите правильное сочетание представленных терминов и определений друг к другу.

Таблица 3.1

Термин	Определение
1. Деловой этикет -	совокупность всех этикетных речевых средств и правила их использования в тех или иных ситуациях
2. Светский этикет -	искусство красноречия
3. Деловая этика -	фразеологизированные предложения, являющиеся готовыми языковыми средствами
4. Речевая этика -	знания приличий, умение держать себя в обществе
5. Этикетная формула -	совокупность норм поведения предпринимателя
6. Риторика -	установленный порядок поведения в сфере бизнеса и деловых контактов

Задание № 3

Составьте эссе на тему «Фольклорные правила речевого этикета».

Задание № 4

У владельца частного предприятия работает 200 человек. Дела у фирмы идут хорошо. Для лучшего объединения коллектива, руководитель решает провести праздник за городом. Выезд назначен на пятницу. В программу праздника входит награждение лучших сотрудников, вручение подарков, обед, развлечение.

Часть подчиненных отпросилась у руководителя, мотивируя это разными причинами. В последствии выяснилось, что они этот день (пятницу) провели на своих дачах. В фирме это вызвало брожения, хотя сам праздник удался. Осенью руководитель хотел бы провести еще одно подобное мероприятие.

Как необходимо провести деловое собрание, чтобы сотрудники не игнорировали подобные мероприятия? Как лучше руководителю внедрить корпоративную культуру в свою фирму?

Задание № 5

Дайте определения понятию невербальное деловое общение.

Задание № 6

Приведите по 3 примера к каждому из следующих выражений:

- речевой штамп;
- канцеляризм;
- вульгаризм;
- жаргонизм;
- слово-паразит.

Задание № 7

Подготовьте сценарий ролевой игры с использованием различных участников на тему «Язык дипломатии».

Задание № 8

Исключите лишнее, официально - деловой стиль характеризуют:

- употребление разговорной лексики;
- использование научной терминологии;
- компактность изложения материала;
- отсутствие невербальной стороны общения;
- безличность;
- использование номенклатурных названий;
- высокая регламентированность речи;
- строгость изложения.

Задание № 9

Приведите по два примера к каждому из следующих выражений:

- гипербола;
- эпитет.

Задание № 10

Подготовьте сценарий ролевой игры «Совещание». Вам предлагается сыграть роль докладчика, которому поручено выступить на совещании. Цель совещания – принятие экономически обоснованных решений. Для обсуждения предлагаются следующие проблемы:

- проблема этичности рекламы на телевидении;
- проблема развития двухсторонней связи между организациями производящими шубы из натурального меха и обществом защиты животных;

- проблема формирования социальной рекламы детских домов.

Задание № 11

Дайте определения понятию вербальное деловое общение.

Задание № 12

Существует торгово-закупочная фирма по сбыту продуктов питания, расфасованных в стеклянную тару.

Однажды директору фирмы доложили, что бригада грузчиков поставила вопрос: «Или увеличение заработной платы в 1,5 раза, или вся бригада завтра пишет заявление об увольнении, и уходят в другую компанию, которая недавно въехала в соседнее помещение, и где такую заработную плату платят».

Помогите директору найти этичный выход из этой конфликтной ситуации? Скажите можно ли уволить всю бригаду или лучше согласиться на их требования?

Задание № 13

Сравните столбцы в таблице 3.2 и подберите правильное сочетание представленных терминов и определений друг к другу.

Таблица 3.2

Термин	Определение
1. Кинесика -	система вокализации речи (тон, темп, громкость голоса, тембр, интонация)
2. Просодия -	средства общения (рукопожатие, объятия, поцелуи)
3. Экстралингвистика -	ориентация партнеров в момент общения и дистанция между ними

4. Такестика - это мимика, поза, жесты, взгляд

5. Проксемика - эмоциональное звуковое сопровождение речи (смех, плач, вздох, покашливание)

Задание № 14

В каких деловых ситуациях возможно употребление следующих фразеологизмов:

- махнуть рукой;

- задавать тон;

- стиснув зубы;

- делать большие глаза;

- нахмурить брови;

- положить руку на сердце;

- вертеть головой;

- поджать губы;

- прятать глаза;

- наморщить лоб.

Задание № 15

На стене самого известного древнегреческого храма высечена надпись «Познай самого себя». Напишите, какую ценность этот совет имеет для каждого человека?

Задание № 16

Сравните столбцы в таблице 3.3 и найдите соответствие.

Таблица 3.3

Термин	Определение
Врач	профессия, связанная с разработкой рекламной концепции
Учитель	профессия, связанная с медицинским обслуживанием
Менеджер	профессия, связанная с планированием и размещением рекламы на медиаканалах
Криэйтер	профессия, связанная с обучением и воспитанием людей
Медиапланнер	профессия, связанная с управлением производством и руководством людьми

Задание

№

17

Представьте, что вы – начальник отдела кадров в местном универсальном магазине. Вам необходимо подобрать новую продавщицу в отдел модной молодежной одежды. Какую информацию вам нужно получить от кандидатов на рабочее место?

Задание № 18

Прочитайте и прокомментируйте употребление иностранных слов. Всегда ли они уместны в деловом общении? Исправьте предложения.

- эти новации направлены на укрепление ресурсной базы коммерческого банка;

- по получении резюме материал будет немедленно отослан в ваше распоряжение;

- не будем экстраполировать вопрос инфляции.

Задание № 19

Объясните, как вы понимаете следующие выражения:

- находить общий язык;

- дать волю языку;

- говорить на разных языках;

- эзопов язык.

Задание № 20

Составьте эссе на тему «Официальные и неофициальные ситуации общения».

Контрольные вопросы по разделу 3

«Деловой протокол и этикет»

1. Фольклорные правила речевого этикета.

2. Невербальное, деловое общение.

3. Речевой этикет.

4. Композиция и стиль речи.

5. Логика и культура речи.
6. Этикет.
7. Деловая этика в рекламе.
8. Основы деловой этики.
9. Проведение протокольных мероприятий.
10. Раскройте основные позиции по вопросу о соотношении этики, бизнеса и рекламы, которые существуют сегодня.
11. Определите особенности российской бизнес - культуры и направления ее совершенствования.
12. Сформируйте условия и особенности развития деловой культуры в России и реклама.
- 13. История развития риторики и этики.**
14. Психология делового общения.
15. Культура ведения телефонного разговора.

4. ТЕХНОЛОГИЯ ДЕЛОВОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ И ПРАКТИКА ВЕДЕНИЯ ДЕЛОВЫХ ПЕРЕГОВОРОВ

Целью данного раздела является возможность практического изучения теории и практики ведения деловых переговоров; формирование техники убедительной аргументации с учетом восприятия партнера и предотвращения конфликтных ситуаций; изучение современных концептуальных подходов к ведению деловых переговоров и отражению возможных спекулятивных приемов оппонентов.

Задание № 1

В списке слов используются различные деловые жанры, исключите лишнее и

оставьте только жанры побуждения:

- приказ;

- аннотация;

- служебное распоряжение;

- инструкция;

- заявление;

- резюме;

- запрос;

- жалоба;

- рекомендация;

- публичная речь.

Задание № 2

Составьте эссе на тему «Международные деловые переговоры».

Задание № 3

Определение, какого понятия дано в предложении?

Официальный обмен мнениями и информацией, который предусматривает подписание документов, определяющих взаимные обязательства сторон.

Задание № 4

Выполните тестовое задание, при необходимости воспользуйтесь лекционным материалом.

1.

Что такое кейс - метод?

- метод анализа ситуации;
- метод исследования рынка кейсов;
- метод тестирования рекламы.

2.

Маркетинг – это

- инкрустация по дереву;
- социальный и управленческий процесс, направленный на удовлетворение нужд и потребностей, как индивидов, так и групп посредством создания, предложения и обмена на рынке обладающих ценностью товаров и услуг;
- разметка разграничительных полос на дорогах.

3.

Спонсорство – это

- вид предпринимательской деятельности, основная цель которого – действия на благо как самого предпринимателя, так и получателя его помощи;
- изменения величины спроса на рынке;
- искусство ведения дискуссий.

4.

Деловой протокол – это

- деловой документ, заполняемый после проведения международных переговоров;
- организация встреч, ведение записи бесед, обеспечение сувенирами, формирование культурной программы;

- разработка протокольных мероприятий.

5.

К протокольным мероприятиям относятся:

- деловой завтрак;
- деловой обед;
- деловой полдник;
- чай;
- деловой ужин;

- прием.

6.

Слоган – это

- рекламный лозунг, призыв;
- ситуация, когда отсутствует единое мнение;

- сокращенное название двух иностранных слов.

7.

Деловая беседа по телефону – это

- встреча официальных лиц;
- самый быстрый деловой контакт;

- обмен мнениями по определенному вопросу.

Задание № 5

Подготовьтесь к тренингу «Международные переговоры между Россией и Японией,

основные сходства и отличия». Рекомендации по подготовке к тренингу:

- составьте устный рассказ о России;
- составьте устный рассказ о Японии;
- подумайте, как вы начнете и закончите деловые переговоры;
- какие протокольные мероприятия вы можете предложить каждой из сторон.

Задание № 6

Сравните столбцы в таблице 4.1 и подберите правильное сочетание представленных терминов и определений друг к другу.

Таблица 4.1

Термин	Определение
1. Взаимная коммуникация -	специфическая форма контактов между людьми, имеющими полномочия от своих организаций, в ходе которых происходит обмен мнениями и целенаправленное обсуждение конкретной проблемы с целью поиска взаимовыгодного варианта решения
2. Деловая беседа -	постоянный обмен ролями между адресатом и адресантом в процессе коммуникации
3. Дискуссия -	процесс, в котором вырабатываются позиции сторон
4. Взаимоприемлемые переговоры -	обсуждение какого-либо спорного вопроса или исследование проблемы, в котором каждая сторона

оппонирует мнение собеседника, аргументирует свою позицию и претендует на достижение цели

Задание № 7

Составьте эссе на тему «Современные концепции ведения деловых переговоров в рекламном бизнесе».

Задание № 8

Проанализируйте отрывки из газетных текстов и найдите речевые ошибки:

1. Деятельность редакции по уточнению текстов лимитирована утратой части манускриптов.
2. Контингент студентов растет и надо сказать еще об одном симптоме этого факта.
3. Эксклюзивные скидки в «Пассаже».
4. Реклама: «Ив Роше» нужен дистрибьютер (заинтересованных просим обращаться на английском языке).
5. Двадцать лет своей автобиографии он посвятил выведению новых сортов клубники.

Исправьте предложения.

Задание № 9

Подготовьте сценарий игровой международной пресс-конференции с использованием различных ролей участников, на тему «Проблемы глобализации потребителей».

Задание № 10

Выберите подходящий вариант делового воздействия на партнера по переговорам:

- придавать особую энергетику речи;
- с помощью словесных формул выражать отношения при встрече и расставании;

- соблюдать языковую нормативность деловой речи.

Задание № 11

Определение, какого понятия дано в предложении?

Документ, фиксирующий соглашение двух или нескольких сторон.

Задание № 12

Объясните значение следующих слов:

- апелляция;

- реестр;

- директива;

- сертификат;

- формуляр;

- ходатайство.

Задание № 13

Выберите из списка вопросы – указатели (пойнтеры), которые используются в деловых переговорах:

- глагол;

- прилагательное;

- правило;

- существительное;

- право;
- сравнение;
- обобщение;
- союз.

Задание № 14

Выделите и дайте объяснения словам и выражениям, употребляющимся только в официально – деловой речи:

- иметь место;
- подлежат изъятию;
- медленно;
- согласно желанию рекламодателя;
- истец;
- баллотироваться;
- исходящий;
- хозяин;
- статус кво;
- лицензия.

Задание № 15

Подготовьтесь к тренингу «Публичные выступления».

Рекомендации по подготовке к тренингу:

- составьте текст публичной речи на тему «Агитационная программа политического кандидата Иванова И. И.»;
- найдите сведения о политических задачах данного кандидата;
- определите, как вы будете удерживать внимание слушателей;
- выступите перед аудиторией.

Контрольные вопросы по разделу 4

«Технология делового воздействия и практика ведения деловых переговоров»

1.
Управление конфликтной ситуацией.
2.
Пойнтеры.
3.
Особенности делового общения с различными психологическими типами личностей.
4.
Место критики в споре.
5.
Факторы повышения доверия к информации.
6.
Особенности проведение деловых переговоров при большом количестве участников.
7.
Деловые переговоры: их виды, процесс, этапы.
8.
Структура и процесс конфликта.
9.
Тактика и порядок ведения переговоров.

10.

Методы влияния на партнеров в ходе деловых переговоров.

11. Национальные особенности делового общения.

12. Особенности ведения международных переговоров.

13. Методы построения аргументации.

14. Управление деловыми конфликтами при работе с клиентами в рекламном бизнесе.

15. Современные концепции ведения деловых переговоров в рекламном бизнесе.

Рекомендуемая литература

1.

Андреева И.В. Этика деловых отношений. СПб.: Вектор, 2005.

1.

Бороздина Г.В. Психология делового общения. - М., 1998 г.

2.

Бройниг Г. Руководство по ведению переговоров. Рекомендации для успешного проведения переговоров. Пер с нем.- М., 1996 г.

3.

Здравомыслов А.Г. Социология конфликта. - М., 1996 г.

4.

Киперман Г.Я., Сурганов Б.С. Популярный экономический словарь. М.: Экономика, 1993.

5.

Клюев Е.В. Речевая коммуникация: Учебное пособие. – М., 1998 г.

6.

Кукушкина В.С. Психология делового общения. Ростов на Дону.: МарТ, 2003.

7.

Мудров А.Н. Основы рекламы. М.: Экономистъ, 2005.

8.

Поваляева М.А. Психология и этика делового общения. Ростов на Дону.: Феникс, 2004.

9.

Рогожкин М.Ю. Документы делового общения. М.: РДЛ, 2005.

10.

Соловьев Э.Я. Этикет делового человека. Организация встреч, приемов, презентаций. - М., 1993 г.

11.

Формановская Н.И. Использование русского речевого этикета - М., 1994 г.

12.

Шарков Ф.И. Теория коммуникаций. М.: РИП – холдинг, 2005.

13.

Ягер Д. Деловой этикет. – М., 1994г.