



ДОНСКОЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
УПРАВЛЕНИЕ ДИСТАНЦИОННОГО ОБУЧЕНИЯ И ПОВЫШЕНИЯ
КВАЛИФИКАЦИИ

Кафедра «Экономика, менеджмент и логистика в
строительстве»

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ к проведению практических занятий по дисциплине

«Основы делового общения»

Автор
Олатало О.А.

Ростов-на-Дону, 2016



Аннотация

Разработаны в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент».

Содержатся резюме теоретического материала, рекомендации к практическим и семинарским занятиям по каждому разделу учебного курса «Основы делового общения».

Автор

асс. О.А. Олатало



Оглавление

Тема 1. Деловые коммуникации как часть делового взаимодействия	4
Вопросы для самопроверки	5
Тема 2. Функционирование коммуникаций в организациях	7
Вопросы для самопроверки	9
Тема 3. Деловая беседа – основная форма деловых коммуникаций	10
Вопросы для самопроверки	11
Тема 4. Основы публичного выступления и бизнес - презентации	13
Вопросы для самопроверки	15
Тема 5. Проведение деловых совещаний	17
Вопросы для самопроверки	18
Тема 6. Технология ведения деловых переговоров	20
Вопросы для самопроверки	20
Тема 7. Письменные деловые коммуникации	22
Вопросы для самопроверки	23
Тема 8. Особенности деловых коммуникаций по телефону	24
Вопросы для самопроверки	24
Тема 9. Международные аспекты коммуникативного взаимодействия. Этика и этикет в деловом общении	26
Вопросы для самопроверки	27
КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ	29

ТЕМА 1. ДЕЛОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ КАК ЧАСТЬ ДЕЛОВОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ

Общение – сложный многоплановый процесс установления и развития контактов между людьми, порождаемый потребностями совместной деятельности и включающий в себя обмен информацией, выработку единой стратегии взаимодействия, восприятие и понимание другого человека (по А.В. Петровскому). Из данного определения можно сделать вывод, что это сложный процесс, который включает три составляющие:

- *коммуникативная сторона* общения (обмен информацией между людьми);
- *интерактивная сторона* (организация взаимодействия между индивидами);
- *перцептивная сторона* (процесс восприятия друга партнерами по общению друг и установление взаимопонимания).

Коммуникация является центральным понятием в процессе изучения данной дисциплины. **Коммуникация** (лат. communicatio – «делаю общим, связываю») – это прежде всего обмен информацией в различных процессах социального взаимодействия. Психологи вкладывают в этот термин более широкое содержание: не просто передачу информации, а еще и особенно сти поведения людей при передаче информации.

Любое общение предполагает обмен информацией, что составляет суть коммуникации. При этом, слова, выражающие понятия «общение» и «коммуникация», зачастую употребляются как синонимы. Это объясняется использованием их в смежных науках или даже в различных аспектах одной научной дисциплины, когда на первый план выдвигаются те или иные признаки этих сложных понятий. Таким образом, понятия «деловое общение» и «деловые коммуникации» чаще используются в литературе как тождественные.

Характерной особенностью **деловых коммуникаций** является то, что их содержание и цели направлены на решение производственных и социальных задач. Без деловых коммуникаций не обойтись в сфере экономических, правовых, дипломатических, коммерческих, административных отношений.

Деловое общение и личностное переплетаются друг с другом и могут переходить одно в другое. В каких бы формах ни проявлялось общение, оно является деловым, если его определяю-

Основы делового общения

щим содержанием является социально-значимая совместная деятельность.

Деловые коммуникации всегда целесообразны. Это значит, что сама организация делового общения, выбор коммуникативных стратегий и тактик, использование языковых средств в деловой речи четко подчинены цели достижения позитивного результата в решении конкретной проблемы. Целями деловых коммуникаций могут быть: заключение контракта; разрешение деловых проблем; договоренность о чем-либо; изменение точки зрения собеседника; корректировку неправильной информации; увеличение дохода; рост личного влияния; служебный рост; приобретение новой информации и т.д.

Коммуникативная компетентность как часть культуры общения является необходимым условием достижения профессионального мастерства государственного служащего. *Под коммуникативной компетентностью* обычно понимают умение и ориентированность в области межличностного общения, основанные на знаниях, чувственном опыте и свободном владении средствами общения. Данная компетентность рассматривается в деятельности как система внутренних ресурсов, необходимых для построения эффективной коммуникации в определенном круге деловых ситуаций, связанных с межличностным взаимодействием.

Рекомендации по организации самостоятельной работы студентов (СРС):

- знать определение понятий: «деловые коммуникации», «модель коммуникации», «коммуникативный процесс», «коммуникативная компетентность»;
- изучить особенности деловых коммуникаций, виды и функции в профессиональной деятельности государственного служащего;
- ответить на приведенные в конце темы вопросы для самопроверки.

Вопросы для самопроверки

1. Какова роль коммуникации в деятельности государственного служащего? Приведите примеры деловых коммуникаций?
2. В чем заключается общее и различное в понятиях «общение», «коммуникация»?
3. Какова структура общения? Опишите основные компоненты общения.

Основы делового общения

4. Каковы основные элементы коммуникационного процесса?
5. Что представляют собой вербальные средства коммуникации?
6. Какие преимущества дает деловому партнеру умение «считывать» невербальные сигналы?
7. Как проявляются индивидуальные особенности человека в невербальных средствах коммуникации?
8. Какие жесты выдают черты характера человека и отношение к ситуации?
9. Каково практическое значение для профессиональной деятельности государственного служащего знание теорий коммуникации?
10. Какие умения и навыки включает в себя коммуникативная компетентность? Какие из них Вам необходимо развивать?

ТЕМА 2. ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ КОММУНИКАЦИЙ В ОРГАНИЗАЦИЯХ

Организация создается именно для организации работы некоторой группы людей, направленной на выполнение определенного комплекса общественно значимых задач. Значительную часть процесса организации совместной работы людей занимает коммуникация во время планирования и во время собственно исполнения задачи. Не следует забывать и о коммуникации после выполнения (обсуждение результатов), и о коммуникации, направленной на поддержание добрых взаимоотношений между членами организации (социальные задачи).

Эффективные коммуникации – основное необходимое условие для успешного достижения стоящих перед организацией целей.

Организационные коммуникации - это специфические процессы, посредством которых происходит движение и обмен информацией внутри организации.

Продуктивная деятельность организации зависит от сложных потоков информации - восходящих, нисходящих, горизонтальных, вертикальных и т.д.

Группы внутри организации демонстрируют в работе различные интерактивные модели и используют различные коммуникационные сети. Интерактивные группы с децентрализованными сетями - сложные задания, группы с централизованными сетями успешно справляются с простыми заданиями. Ограниченные коммуникационные сети типичны для противодействующих групп, характеризующихся наличием внутригрупповых разногласий. *Причинами же искажения информации в организации могут быть:*

- искажение сообщения (преднамеренная его модификация адресатом) в связи с напряженностью в межличностных отношениях;

- искажения, связанные с фильтрацией информации;

- искажения, продиктованные различием организационных статусов;

- искажения, связанные с перегрузкой информационных каналов;

- искажения, связанные с неудовлетворительной структурой организации, когда в ней имеется много мелких, дублирующих подразделений, следовательно, возрастает вероятность «варьи-

Основы делового общения

рования», интерпретации и корректировки информации.

В процессе делового общения часто возникают коммуникативные барьеры, то есть психологические препятствия на пути передачи и принятия информации между партнерами по общению. Коммуникативные барьеры подразделяются на барьеры восприятия и понимания, барьеры социально-культурного различия и барьеры взаимодействия. В литературе можно встретить и другие классификации коммуникативных барьеров.

Основу же конфликтных ситуаций в организационных коммуникациях составляет столкновение интересов, мнений, целей, различных представлений о способе их достижения. Специалистами разработано немало рекомендаций, касающихся различных аспектов поведения людей в конфликтных ситуациях, выбора соответствующих стратегий поведения и средств разрешения конфликта, а также управления им.

При этом многие теоретики и практики управления сегодня признают, что полное отсутствие конфликта внутри организации - условие не только невозможное, но и нежелательное. Более того, хотя организации и нужна гармоничная интеграция всех видов деятельности, она не может оставаться статичной и удовлетворенной существующим положением. Напротив, руководство должно проявлять активность, планировать новшества и должным образом реагировать на изменение внешней среды. Вместе с тем подобные изменения всегда влекут за собой возникновение конфликтных ситуаций.

Конфликт следует отличать от обычных противоречий (простого несогласия, несовпадения позиций, противоположность мнений по той или иной проблеме).

Рекомендации по организации самостоятельной работы студентов (СРС):

- важно усвоить причины искажения информации в деловом общении, сущность основных коммуникативных барьеров, способы их преодоления, а также личностного влияния партнеров по общению на искажения информации.

- подробно изучить разновидности организационных конфликтов, проанализировать возможные причины конфликтов в деловых коммуникациях, основные функциональные последствия конфликтов в деловом взаимодействии. Особое внимание следует уделить рассмотрению способов прогнозирования, предупреждения и разрешения конфликтных ситуаций.

Основы делового общения

• ответить на приведенные в конце темы вопросы для самопроверки.

Вопросы для самопроверки

1. Назовите типы коммуникаций в организации.
2. Что такое «слухи», какова их роль в процессе функционирования организации?
3. Какие преграды возникают при обмене информацией в организации?
4. Что такое коммуникативные барьеры, какие из них труднее всего преодолеть?
5. Что такое конфликт? Какие различают типы конфликтов?
6. В чем состоят причины возникновения конфликтов в деловых коммуникациях?
7. Что представляет собой процесс управления конфликтами, в чем его сложность?
8. Какими методами можно повысить эффективность обмена информацией в организации?
9. Опишите особенности сетей общения на примере любой из известных Вам организаций.
10. Раскройте значение обратной связи в деловом взаимодействии.

ТЕМА 3. ДЕЛОВАЯ БЕСЕДА – ОСНОВНАЯ ФОРМА ДЕЛОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ

Деловая беседа - это устный контакт между людьми, связанными отношениями дела. В более узкой трактовке под деловой беседой понимают речевое общение между собеседниками, которые имеют необходимые полномочия от своих организаций и фирм для установления деловых отношений, разрешения деловых проблем или выработки конструктивного подхода к их решению (по Ф.А.Кузину).

Основные функции деловой беседы:

1. Начало перспективных мероприятий и процессов.
2. Контроль и координирование уже начатых мероприятий и процессов.
3. Обмен информацией.
4. Взаимное общение работников из одной сферы деятельности.
5. Поддержание деловых контактов.
6. Поиск, выдвижение и оперативная разработка рабочих идей и замыслов.
7. Стимулирование движения творческой мысли в новых направлениях.

Деловая беседа является одной из наиболее часто используемых форм коммуникативного взаимодействия. Студентам необходимо иметь представление о различных видах деловых бесед: о беседе при приеме на работу, при увольнении, дисциплинарной беседе, консультационной беседе и т.д. Каждый из видов имеет собственный психологический сценарий проведения, цель и назначение. Вместе с тем следует самостоятельно рассмотреть общие принципы и правила их организации.

Выделяют следующие фазы ведения деловых бесед: контакт, ориентация, решение и оценка, результат. Каждая фаза имеет свои цели, задачи и способы реализации.

В деловой беседе уместно использовать техники активного (рефлексивного) слушания, поскольку они способствуют ориентации в проблемах, интересах, мотивах и позициях собеседников: выяснение с помощью вопросов, перефразирование слов собеседника (пересказ и резюмирование), развитие мыслей и доводов собеседника (логическое следствие, интерпретация), вербализа-

ция (отражение) чувств собеседников (сообщение о своем восприятии собеседника, его чувств, эмоционального состояния; сообщение о своем эмоциональном состоянии во время беседы, сообщение о своем восприятии хода беседы). Самостоятельно изучите техники активного слушания, потренируйтесь использовать их на практике.

Однако непременным условием для успешного исхода деловой беседы является так называемое «нерефлексивное слушание». Это умение внимательно молчать, не вмешиваясь в речь собеседника своими замечаниями, и показывающее партнеру по общению, что к нему проявляют интерес, его мнение и чувства значимы.

Чтобы не совершать поведенческих ошибок, полезно знать, к какому типу характера принадлежит собеседник. Быстро и точно определив его психологический тип, вы уже не рискуете нечаянно его обидеть, а станете соответствующим образом реагировать на него, чтобы изменить направление беседы в нужном направлении и добиться от нее больших результатов. Поэтому имеет смысл самостоятельно рассмотреть в рамках данной темы основные психологические типы собеседников и наиболее целесообразную тактику общения с каждым из них.

Закреплению теоретического материала по данной теме способствуют приведенные вопросы для самопроверки.

Вопросы для самопроверки

1. Опишите специфику деловой беседы как формы деловых коммуникаций.
2. Назовите принципы проведения деловой беседы.
3. Перечислите фазы ведения деловой беседы, дайте им краткую содержательную характеристику.
4. Какие задачи ставятся при подготовке к проведению деловой беседы?
5. Допускается ли критиковать во время деловой беседы, приведите примеры допустимой критики.
6. В чем суть активного слушания во время беседы?
7. Для чего необходимо знание психотипов партнеров? Опишите основные устойчивые психологические типы людей по разным основаниям. Назовите авторов этих типологий.
8. Какие вербальные сигналы позволяют диагностировать доминирующий канал восприятия информации в время беседы?

Основы делового общения

Дайте «невербальный портрет» аудиала, визуала, кинестетика.

9. Каковы основные коммуникативные трудности общения возникают с людьми разных типов *(на примере любой типологии по выбору студента)*?

ТЕМА 4. ОСНОВЫ ПУБЛИЧНОГО ВЫСТУПЛЕНИЯ И БИЗНЕС - ПРЕЗЕНТАЦИИ

Любой менеджер рано или поздно оказывается в ситуации, когда ему необходимо выступить перед большим количеством людей. Поэтому умение публично выступать перед аудиторией, вести бизнес-презентацию очень ценится в деловой среде.

Виды публичных речей: информационная, убеждающая, призывающая к действию, по специальному поводу: рамочная, траурная, торжественная, в дружеском кругу. **Этапы и приемы публичного выступления** представлены в таблице 1.

Таблица 1

Этапы	Цели	Приемы и средства ораторского искусства
1. Вступление	Овладеть вниманием аудитории, возбудить ее интерес, завоевать доверие.	Начать выступление с неожиданной реплики, факта, юмористического замечания.
2. Постановка проблемы.	Показать актуальность проблемы, проанализировать ее основные противоречия, сформулировать общую проблему.	Обращение к интересам людей, их потребностям, ссылка на факты, документы, авторитетные высказывания, анализ устоявшихся, но неправильных точек зрения. Показ личной заинтересованности в решении проблемы.
3. Расчленение проблемы на подпроблемы, задачи, вопросы.	Четко выделить перечень проблем, задач, вопросов, раскрыть их сущность.	Обоснование логики решения проблемы, выстраивание общей схемы решения проблемы, идеи, гипотезы, способа решения, возможных результатов, последствий.

Основы делового общения

4. Изложение своей позиции, подходов, способов решения отдельных проблем.	Показать в сравнительном анализе, как собственные подходы, так и другие альтернативные точки зрения, способы решения проблемы.	Доказательные суждения, аргументы, использование приемов критического анализа, сравнения, сопоставления.
5. Обобщение, заключение.	Сконцентрировать внимание аудитории на главном, резюмировать сказанное.	Утверждение, интегрирующее основную идею, мысль. Использование самого сильного аргумента, крылатой фразы, афоризма, факта. Показ перспективы будущего развития событий.

Успех публичного выступления зависит от многих факторов, но прежде всего от личности выступающего: его коммуникативных способностей, творческого потенциала, эрудиции, логичности и доказательности суждений, опоры как на практику, так и на теоретические знания, от степени доброжелательности и интеллигентности поведения во время выступления, от оптимизма, чувства юмора и т.д.

В процессе самостоятельной работы студент должен овладеть правилами подготовки и техникой запоминания публичной речи, способами оформления и произнесения публичного выступления. Важно обратить внимание и на приемы привлечения и поддержания внимания слушателей (риторические фигуры, вопросы, обращения, авансирование, краткое отвлечение от темы, организация дискуссии и др.).

Бизнес – презентация (по Е.А Покровской) – это публичное выступление, в ходе которого один или несколько человек представляют товар, организацию, проект, программу или делятся своими идеями и соображениями с другими людьми. На сегодняшний день презентация является наиболее эффективным рекламным инструментом, предопределяющим коммерческий успех любой фирмы. В зависимости от рассматриваемых вопросов презентации могут иметь следующие цели:

Презентация фирмы. Целями такой презентации являются: создание имиджа фирмы среди деловых кругов, создание или воссоздание благоприятного образа фирмы, реклама имени фирмы.

Презентация бизнес-проекта. Цель этого вида презентации - информирование людей о каком-либо проекте, определение обратной реакции к проекту, поиск заинтересованных в поддержке разработки и реализации проекта.

Отчет о выполненных работах. Цель - ознакомить, предоставить определенной узкой группе людей результаты работ.

Обсуждение плана будущих работ. Целями этой презентации могут являться: информирование определенного круга лиц о намеченных работах, описание намеченных работ с целью подтверждения объекта презентации критическому анализу и изменению.

Презентация товара. Цели: создание знания о новой марке, товаре или услуге на целевом рынке, ознакомление потребителей с новыми возможностями товара, достижение предпочтения марке и т.п. В связи с этим **презентация** является стимулированием интереса и готовности покупателя к приобретению рекламируемого товара посредством создания его эффективного имиджа. Необходимо отметить, что убеждающие приемы такой презентации включают в себя значительные эмоциональные воздействия на сознание и подсознание покупателя.

Самостоятельное изучение студентом технологии бизнес-презентации рекомендуется начать с рассмотрения видов, этапов и специфики составления программы эффективной презентации

В процессе самостоятельной работы над темой также важно остановиться на изучении вопросных технологий (существующие разновидности вопросов, навыки формулирования вопросов, умения отвечать на вопросы) и техник аргументации в рамках презентации.

На заключительном этапе самостоятельной работы проанализируйте возможные причины провала презентации.

Закреплению теоретического материала по данной теме способствуют приведенные вопросы для самопроверки.

Вопросы для самопроверки

1. Какие виды публичных речей вы знаете?

Основы делового общения

2. Каковы требования к публичной речи?
3. Какой должна быть внутренняя структура речи?
4. Какими способами можно снять «ораторскую лихорадку» перед выступлением?
5. Что влияет на эффективность публичного выступления?
6. Как произвести положительное впечатление, выступая перед аудиторией?
7. Какие факторы влияют на внимание слушателей?
8. С какими стратегиями противостояния со стороны аудитории может столкнуться оратор (избегание, подрыв авторитета, непонимание и др.) и как следует реагировать на них и на другие неполадки и помехи?
9. Как отвечать на каверзные и провокационные вопросы со стороны аудитории?
10. Каковы особенности бизнес-презентации как публичного выступления? Каковы цели различных презентаций?
11. Сформулируйте собственные критерии эффективной презентации.
12. Какие приемы саморегуляции своего эмоционального состояния в процессе публичного выступления вы знаете и какие уже используете?
13. Охарактеризуйте приемы аргументации в процессе убеждающей коммуникации деловых партнеров. Укажите причины неудачной презентации.
14. Что представляет собой брифинг? С какой целью он проводится?
15. Какова структура пресс-конференции? На какие вопросы нужно иметь ответы перед началом пресс-конференции?

ТЕМА 5. ПРОВЕДЕНИЕ ДЕЛОВЫХ СОВЕЩАНИЙ

Кроме деловых бесед и переговоров в практике широко распространены особые формы ведения деловых разговоров - **совещания**, которые представляют собой способ открытого коллективного обсуждения тех или иных вопросов.

Коллективное обсуждение как форма делового разговора имеет много положительных сторон:

Во-первых, оно повышает эффективность мышления. Русская поговорка «один ум хорошо, а два - лучше» возникла не на пустом месте, в ней заложен глубокий смысл. Действительно, своеобразие человеческого мышления состоит в том, что оно особенно эффективно в условиях совместной интеллектуальной деятельности, поскольку интеллектуальные результаты не складываются, а умножаются. Известно, что большинство плодотворных идей родилось при коллективном обмене мыслями.

Во-вторых, в процессе совещания укрепляется творческое содружество работников, происходит включение интересов отдельных работников в единую систему коллективных задач, а также повышается деловая квалификация его участников.

В-третьих, в совместной мыслительной работе раскрывается творческий потенциал каждого из них.

Однако недостаточно подготовленные и неудачно проведенные совещания, созываемые по каждому поводу, наносят большой вред, так как пожирают дорогостоящее время людей, отрывая их от основной работы. Поэтому прежде чем созывать такие совещания, следует подумать относительно необходимости подобного шага.

Чаще всего деловые совещания проводятся по следующим поводам: при необходимости принятия коллективного решения на основе равного права каждого высказывать и обосновывать свое мнение; при условии, что решение вопроса затрагивает интересы одновременно нескольких структурных подразделений организации или фирмы; а также в том случае, если для решения вопроса необходимо воспользоваться мнениями различных групп работников.

В процессе самостоятельной работы необходимо усвоить виды совещаний, как к ним подготовиться, выработать повестку дня, какие правила проведения различных совещаний существуют в деловых коммуникациях. Важно разобраться и в том, как грамотно вести протокол совещания.

Основы делового общения

В рамках совещания между участниками часто возникают деловые споры.

Спор – это характеристика процесса обсуждения проблемы, способ ее коллективного исследования, при котором каждая из сторон, аргументируя (отстаивая) и опровергая (оппонируя) мнение собеседника (противника), претендует на монопольное установление истины (по Т.Н.Хлебниковой).

В ходе самостоятельной работы над темой студент должен получить представление: о разновидностях споров и их особенностях (дискуссия, диспут, полемика, дебаты, или прения); о видах споров по цели (из-за истины, для убеждения, для победы, ради спора); о процедуре спора; о культуре, принципах и правилах ведения спора. А также самостоятельно ознакомиться с полемическими приемами и психологическими уловками, которые используют оппоненты в деловом споре и способами нейтрализации некорректного поведения оппонента. Отдельно проанализируйте задачи руководителя и правила грамотного ведения групповой дискуссии.

Одним из оперативных и продуктивных методов решения проблемы на совещании является метод «мозгового штурма», основанный на стимулировании творческой активности участников с целью генерирования новых идей. Самостоятельно изучите возможности применения, технологию и правила ведения «мозгового штурма» на совещании.

Закреплению теоретического материала по данной теме способствуют приведенные вопросы для самопроверки.

Вопросы для самопроверки

1. Почему деловой человек должен владеть методами и приемами ведения деловых совещаний?
2. Какие виды совещаний вы знаете?
3. Каковы профессиональные цели деловых совещаний?
4. Что включает в себя подготовка деловых совещаний?
5. Что необходимо предусмотреть организатору совещания?
6. Что нужно знать, чтобы контролировать дискуссию?
7. Какие можно выделить типы участников совещания?
8. Какие требования предъявляются к ведущему деловое совещание?
9. Что представляет собой спор как вид деловой коммуникации? Охарактеризуйте основные требования к культуре спора.

Основы делового общения

10. Является ли спор эффективной формой деловой коммуникации? Почему?

11. Что способствует эффективности убеждения?

12. Какие аргументы можно отнести к некорректным?

13. «В споре рождается истина», «Споры погубили Рим!» - чем, на ваш взгляд, вызвано такое противоречивое отношение к спору?

14. Что предпринимать руководителю на деловых совещаниях, если решений нет? Как стимулировать генерирование идей на совещании?

ТЕМА 6. ТЕХНОЛОГИЯ ВЕДЕНИЯ ДЕЛОВЫХ ПЕРЕГОВОРОВ

Переговоры – это процесс поиска совместных решений двух или нескольких сторон с различными точками зрения, предпочтениями, приоритетами. Переговоры рассматриваются как поиск согласования общих и конфликтующих интересов.

Любые переговоры — это каждый раз новый предмет для обсуждения, новые условия, новые участники. Но все же есть нечто общее: подготовка к ним, порядок ведения самого переговорного процесса и общепринятые техника и тактика переговоров.

Основные элементы подготовки к переговорам: определение предмета (проблем) переговоров, поиск партнеров для их решения, уяснение своих интересов и интересов партнеров, разработка плана и программы переговоров, подбор специалистов в состав делегации, решение организационных вопросов и оформление необходимых материалов - документов, чертежей, таблиц, диаграмм, образцов предлагаемых изделий и т.д.

Ход переговоров укладывается в следующую схему: начало беседы - обмен информацией - аргументация и контраргументация - выработка и принятие решений - завершение переговоров. Самостоятельно следует рассмотреть этапы подготовки, выработки стратегии и тактики, проведения, анализа результатов переговоров.

При изучении материала данной темы следует иметь в виду, что деловые переговоры – это переговоры, в которых обе стороны юридически равноправны. Именно в деловых переговорах сторон с одинаковым статусом психологические тонкости начинают играть первостепенное значение, являясь иногда единственным средством достижения согласия.

На заключительном этапе работы над темой рассмотрите вопросы, касающиеся посредничества в переговорном процессе.

Закреплению теоретического материала по данной теме способствуют приведенные вопросы для самопроверки.

Вопросы для самопроверки

1. Какие требования предъявляются к специалистам, ведущим переговоры?

Основы делового общения

2. Каковы преимущества, когда переговоры ведет один человек?
3. Каковы преимущества, когда переговоры ведет команда?
4. Охарактеризуйте структуру переговоров.
5. Сформулируйте цели и задачи подготовительного этапа переговоров.
6. Как выбрать наиболее эффективную стратегию переговоров применительно к конкретной ситуации?
7. Как на основании избранной стратегии проработать аргументацию своей позиции? Как усилить собственную позицию в процессе переговоров?
8. Что такое «тактика ведения переговоров»? Перечислите основные из них.
9. Какие некорректные тактические приемы используются деловыми партнерами на переговорах?
10. Подготовьте список вопросов для анализа результатов переговоров.

ТЕМА 7. ПИСЬМЕННЫЕ ДЕЛОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ

Современные письменные коммуникации - это деловая и коммерческая переписка в бизнесе и продажах. Умение эффективно пользоваться письменной речью является ключом к успеху деятельности менеджера. Это умение заключается в точности, ясности и грамотности изложения своих мыслей, планов и аргументов коллегам, партнерам или вышестоящим руководителям.

К письменным коммуникациям обычно прибегают при необходимости:

- сохранить запись сообщения;
- обеспечить письменное основание для обсуждения или доказательства;
- прояснить сложный вопрос;
- передать важную или официальную информацию
- отправить одно и то же сообщение нескольким людям.

Функции письменных коммуникаций: документальное фиксирование информации; инструмент деловых взаимоотношений; отбор и представление информации, передача информации на расстояние, накопление и хранение информации, доказательство (при необходимости может служить свидетельством в судопроизводстве), учет (с реквизитами, позволяющими идентифицировать информацию), планирование (при ведении сложных и трудоемких дел).

Основным видом письменных сообщений являются деловые письма.

Культура оформления письменного сообщения предполагает использование нормированного, делового языка, точность в изложении.

В процессе самостоятельной работы студенты должны ознакомиться с разновидностями письменных коммуникаций, со способами оформления письменных сообщений. Следует уделить особое внимание особенностям письменного общения с использованием электронных средств коммуникации и возможностей сети Интернет: факсимильная связь, электронная почта, профессиональные web - форумы и блогосферы.

Закреплению теоретического материала по данной теме способствуют приведенные вопросы для самопроверки.

Вопросы для самопроверки

1. Когда рекомендуется прибегать к письменным коммуникациям, какие функции они выполняют?
2. В чем заключаются преимущества письменных сообщений по сравнению с другими видами бизнес - коммуникаций? А каковы основные недостатки?
3. Какую информацию обычно передают с помощью письменных сообщений?
4. Какие виды сообщений используются в практике письменных коммуникаций?
5. Каким образом деловое письмо помогает в организации и поддержании деловых контактов? Перечислите правила оформления деловых писем.
6. Составьте текст информационного письма, которое вы можете разослать потенциальным участникам бизнес-презентации (*тема презентации по выбору студента*).
7. Какие каналы для передачи письменных сообщений используются в современной практике деловых коммуникаций? Какие каналы лучше всего использовать для передачи конфиденциальных сообщений?
8. А какие сообщения можно отправлять по электронной почте? Как выражаются эмоции в электронной почте?
9. Какие правила поведения на профессиональных web – форумах существуют?
10. Какие возможности менеджеру в деловом сообществе дает ведение собственного интернет - блога?
11. Какие барьеры могут встречаться в письменных коммуникациях?
12. Что понимается под тактичными письменными коммуникациями?

ТЕМА 8. ОСОБЕННОСТИ ДЕЛОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ ПО ТЕЛЕФОНУ

Телефонная коммуникация - это контактное по времени, но дистантное в пространстве и опосредованное специальными техническими средствами общение собеседников.

Многие ученые считают, что деловые люди тратят на телефонное общение от 4% до 25% своего рабочего времени. При использовании телефонной коммуникации повышается оперативность решения различных деловых вопросов. При этом от умения работников любой организации вести телефонные переговоры зависит ее имидж и репутация во внешней среде.

Перед каждым звонком необходимо ответить самому себе на три вопроса:

Имеется ли острая потребность в разговоре?
Обязательно ли знать ответ партнера?
Нельзя ли встретиться с партнером лично?

Какой вопрос лучше всего решать по телефону?

- вы хотите быстро сообщить или получить определенные сведения;
- вам надо выяснить мнение того или иного должностного лица по интересующему вас вопросу;
- вам надо уточнить, остается ли в силе прежняя договоренность о встрече с кем-то;
- вам надо сообщить партнеру об изменении ситуации;
- вы договорились с кем-то о телефонном звонке.

В настоящее время существует большое число публикаций, посвященных телефонным коммуникациям, в том числе в периодической печати и сети Интернет. Любая информация будет полезна при изучении данной темы. Следует обратить особое внимание на психологические аспекты проведения делового телефонного общения.

Закреплению теоретического материала по данной теме способствуют приведенные вопросы для самопроверки.

Вопросы для самопроверки

1. Какие отличительные особенности имеет телефонный разговор от очной беседы?
2. Когда необходимо прибегать к телефонному общению в деловой сфере?

Основы делового общения

3. Сформулируйте требования, предъявляемые к проведению телефонных коммуникаций.

4. В чем заключается подготовка к телефонной беседе?

5. Каковы психологические особенности продаж по телефону?

6. Какие элементы включает в себя грамотное общение по телефону, если вы звоните собеседнику?

7. Какие элементы включает в себя грамотный ответ по телефону?

8. Приведите примеры реплик для корректного общения по телефону.

9. Как вы поступите, если вашу очную деловую беседу прерывает телефонный звонок?

10. Что и как не следует говорить по служебному телефону?

11. Как грамотно оставить сообщение на автоответчик?

12. Составьте план телефонного разговора с деловым партнером о согласовании места и времени проведения коммерческой сделки.

ТЕМА 9. МЕЖДУНАРОДНЫЕ АСПЕКТЫ КОММУНИКАТИВНОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ. ЭТИКА И ЭТИКЕТ В ДЕЛОВОМ ОБЩЕНИИ

Умение завязывать и поддерживать отношения с представителями других стран, экономик и культур перестало быть уделом и привилегией дипломатов, становясь ключевой компетенцией многих специалистов.

Культурные различия начинают играть в деловых коммуникациях возрастающую роль и сильнее воздействовать на предельную эффективность деловой деятельности. Отсюда и возникают кросс-культурные проблемы в международном взаимодействии – противоречия при работе в новых социальных и культурных условиях, обусловленные различиями в стереотипах мышления между отдельными группами людей.

Формирование человеческого мышления происходит под воздействием знаний, веры, искусства, морали, законов, обычаев и любых других способностей и привычек, приобретенных обществом в процессе своего развития. На международной арене факторы культурной среды создают самые большие сложности. Именно поэтому корректная оценка различий национальных культур и адекватный их учет в процессе деловых коммуникаций становятся все более и более важными.

Изучая данную тему необходимо обратить внимание на то, из чего складываются межкультурные различия представителей различных стран, как эти различия проявляются в процессе делового взаимодействия и общения между представителями разных культур.

Этические нормы выступают одним из главных регуляторов человеческих отношений. В них выражены представления о добре и зле, правильности и неправильности поступков людей, справедливости и несправедливости.

Этику делового общения можно определить как совокупность нравственных норм, правил и представлений, регулирующих поведение людей в процессе производственной деятельности.

Деловое общение людей всегда регулировалось нормами и правилами этикета. **Этикет** (etiquette) – французское слово, означающее манеру, способ вести себя в обществе. Можно сказать, что этикет – это внешнее выражение внутренней моральности и культуры

Основы делового общения

человека.

В наши дни этикет существенно демократизировался, но, тем не менее, сохранил в себе выработанные веками правила, которые называются вежливостью, воспитанностью, приличиями, хорошим тоном или хорошими манерами.

Современное развитие рыночных отношений и общества в целом вызвало к жизни относительно новый вид этикета – **деловой этикет**, который можно определить как совокупность определенных норм и правил, регулирующих внешние отношения организации (фирмы, компании, банка, учреждения) с клиентами, заказчиками, партнерами, конкурентами на всех уровнях, включая международный. **Деловой этикет** – важная составляющая деловых отношений.

При изучении данной темы раскройте смысл и содержание основных принципов, на которых базируется деловой этикет: здравый смысл, свобода, этичность, удобство, целесообразность, экономичность, консерватизм, непринужденность, универсализм, эффективность.

А также необходимо рассмотреть основные этикетные нормы поведения в деловой среде: представления и приветствия, поведение на деловых приемах, требования к подаркам и сувенирам и т.д. Отдельно остановитесь на изучении норм и правил международного протокола.

Закреплению теоретического материала по данной теме способствуют приведенные вопросы для самопроверки.

Вопросы для самопроверки

1. В чем проявляется сущность международных коммуникаций? Почему важно знать национальную культуру и особенности коммуникативного поведения представителей различных стран?
2. С национальной культурой каких стран Россия имеет наибольшее сходство? Почему вы так думаете?
3. Охарактеризуйте европейский, восточный и американский стили делового общения.
4. Каковы национальные стили ведения деловых переговоров?
5. Есть ли специфика невербального общения представителей различных стран?
6. Перечислите характерные особенности коммуникативного поведения в Норвегии, Финляндии, Швеции.

Основы делового общения

7. Что такое деловой этикет и как он связан с этикой деловых отношений?

8. Какое значение имеет следование требованиям делового этикета для установления эффективных деловых отношений?

9. В чем сущность международного протокола? Приведите примеры протокольных мероприятий.

10. Какие виды приемов существуют в международной практике?

11. Какие этические нормы регулируют международные коммуникации?

КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

1. Научные основы деловых коммуникаций. Предмет и задачи учебной дисциплины.
2. Теории коммуникации.
3. Структурные модели коммуникации.
4. Структура общения. Значение коммуникаций в профессиональной деятельности государственного служащего.
5. Процесс обмена информацией и его этапы.
6. Вербальные и невербальные коммуникации. Классификация невербальных средств коммуникации. Роль культуры речи в коммуникации.
7. Понятие, специфика и функции деловых коммуникаций. Условия эффективной деловой коммуникации.
8. Основные виды и формы деловых коммуникаций.
9. Коммуникации и их значение в процессе деятельности организации. Процесс управления организационными коммуникациями.
10. Классификация коммуникаций в организации. Особенности внутренних коммуникаций в организации. Коммуникативные сети.
11. Искажения информации и коммуникативные барьеры, способы их преодоления.
12. Деловая беседа как основная форма деловых коммуникаций. Фазы проведения беседы.
13. Средства установления контакта. Навыки активного (рефлексивного) слушания, рекомендации по активному слушанию.
14. Виды и функции вопросов в деловой коммуникации, закрытые и открытые вопросы.
15. Техники распознавания состояния и индивидуально-психологических особенностей партнера. Коммуникативные типы деловых партнеров.
16. Классическая схема публичного выступления. Работа с информацией на этапе подготовки. Способы привлечения внимания слушателей.
17. Особенности коммуникаций по телефону. Подготовка и ведение телефонных разговоров. Правила ведения телефонного разговора при "исходящем" и "входящем" телефонном звонке. Телефонный этикет.

Основы делового общения

18. Коммуникации в письменной форме: достоинства и недостатки. Роль письменных коммуникаций в деловой сфере.

19. Виды письменной деловой коммуникации.

20. Деловые коммуникации в Интернет - блогах и на профессиональных форумах.

21. Аргументация в деловой коммуникации. Способы аргументации.

22. Стадии протекания делового конфликта. Элементы структуры конфликта.

23. Стратегии поведения в конфликтных ситуациях. Конструктивное разрешение конфликта.

24. Совещание как форма деловой коммуникации и принятия коллективного решения. Организация и планирование совещания

25. Типы совещаний. Проведение совещаний. Методы разрешения трудных ситуаций во время совещаний. Особенности роли ведущего и участников совещания. Действия после совещания. Оформление протокола.

26. Что такое переговоры. Виды переговоров. Мотивы проведения переговоров. Этапы переговорного процесса.

27. Подготовка к переговорам: определение задач, сбор информации, определение состава участников, определение предмета переговоров и позиций сторон, определение места проведения переговоров подготовка документов и повестки.

28. Ведение деловых переговоров: уточнение интересов позиций сторон, обсуждение, достижение соглашения. Виды и этапы принятия решений.

29. Стратегия и тактика ведения переговорного процесса. Приемы аргументирования.

30. Правила ведения групповой дискуссии.

31. Типичные ошибки в процессе делового общения и их преодоление.

32. Понятие и составляющие коммуникативной компетентности, ее роль в деловом взаимодействии. Повышение личной коммуникативной эффективности.

33. Деловые межкультурные коммуникации. Национальные особенности деловых коммуникаций. Культура организации международных коммуникаций

34. Роль этикета в деловой жизни. Поведенческий и речевой этикет.

Основы делового общения

35. Этикет делового контакта: при деловых встречах и приемах, на совещаниях. Этика и этикет в отношениях руководителя и подчиненных, мужчин и женщин.

36. Принципы и правила международного делового этикета.