

Деловая коммуникация

Формы деловой коммуникации

Вопросы лекции:

- 1. Коммуникация и общение. Различие процессов коммуникации и общения.*
- 2. Речевая деятельность, её виды. Речевая коммуникация, её формы и особенности.*
- 3. Формы деловой коммуникации и их разновидности.*
- 4. Критика в деловой коммуникации.*

**1. Коммуникация и общение.
Различие процессов
коммуникации и общения**

Коммуникация и общение

Общение – это процесс взаимодействия между людьми, в ходе которого возникают, проявляются и формируются межличностные отношения. Общение предполагает обмен мыслями, чувствами, переживаниями и т. п.

Предметом лично ориентированного общения выступает характер отношений между его участниками.

Коммуникация (от лат. «communicatio» – делаю общим, связываю) – это социальный процесс, приводящий к установлению или обновлению социальных связей посредством достижения изменений во мнениях, оценках, точках зрения людей, включенных в этот процесс.

В результате коммуникации ранее разрозненным участникам этого процесса становятся свойственны качества общности, единства и целостности (*люди становятся единомышленниками*).

Деловая коммуникация

Деловая коммуникация – это процесс взаимодействия деловых партнеров, направленный на организацию и оптимизацию того или иного вида предметной деятельности: производственной, научной, педагогической и пр.

Предметом деловой коммуникации является деятельность (дело), и партнер по общению всегда выступает как личность, значимая для другого.

Основные задачи деловой коммуникации – продуктивное сотрудничество, стремление к сближению целей, улучшение партнерских отношений.

Отличие коммуникации от общения

Деловая коммуникация отличается от простого общения тем, что в процессах ее осуществления ставится цель и конкретные задачи, которые должны быть решены. В деловом общении невозможно прекратить взаимоотношения с партнером без потерь с обеих сторон. В этом смысле этика служит своеобразным посредником, позволяющим быстрее найти оптимальное решение, сгладить острые углы, с достоинством выходить из затруднительных ситуаций.

Виды и формы деловой коммуникации

Виды деловой коммуникации:

- *прямая коммуникация* – предполагает непосредственный контакт;
- *косвенная коммуникация* – возникает в случаях, когда между партнерами существует какая-либо пространственно-временная дистанция.

Формы деловой коммуникации:

- *Письменная форма* – представлена всеми официально-деловыми документами (заявление, договор, расписка, доверенность, завещание и т.д.).
- *Устная форма* – употребляется в ходе деловых встреч, переговоров, консультаций.

**2. Речевая деятельность, её виды.
Речевая коммуникация, её формы
и особенности**

Речевая деятельность.

Речевая коммуникация

Речевая деятельность - активный, целенаправленный, опосредованный языковой системой и обусловленный ситуацией общения процесс передачи и приема сообщений.

Речевая коммуникация – это общение между людьми, обмен информацией, процесс, который поддерживает функционирование общества и межличностные отношения.

Речевая коммуникация - это общение людей, понимаемое в широком смысле слова не только как разговор или беседа, а как любое взаимодействие с целью обмена информацией.

Виды речевой деятельности

Говорение – это отправление речевых акустических сигналов, несущих информацию.

Слушание (или аудирование) – восприятие речевых акустических сигналов и их понимание.

Письмо – зашифровка речевых сигналов с помощью графических символов.

Чтение – расшифровка графических знаков и понимание их значений.

Механизмы кодирования информации действуют при говорении и письме, механизмы декодирования – при слушании и чтении. При говорении и слушании человек оперирует акустическими сигналами, при письме и чтении – графическими знаками.

Говорение, слушание, письмо, чтение составляют основу процесса речевой коммуникации.

От того, насколько у человека сформированы навыки этих видов речевой деятельности, зависит эффективность речевого общения.

Степень сформированности навыков речевой деятельности служит критерием оценки уровня владения языком (не только иностранным, но прежде всего родным) и показателем общей культуры человека.

Особенности устной и письменной речи

Термин «речь» используется в двух значениях:

Речью называется один из видов коммуникативной деятельности человека: использование языка для общения с другими людьми. В этом смысле речь – это конкретная деятельность, выражающаяся либо в звуковой, либо в письменной форме.

Речью называется результат деятельности – текст (статья, сообщение и т. д.).

Особенности письменной речи

- Письменная речь является графически оформленной.
- Основная функция письменной речи – фиксация устной речи, имеющая цель сохранить ее в пространстве и времени.
- Основное свойство письменной речи – способность к длительному хранению информации.
- Письменная речь использует книжный язык, употребление которого достаточно строго нормировано и регламентировано.
- Письменной речи свойственны сложные синтаксические конструкции, причастные и деепричастные обороты, распространенные определения, вставные конструкции и т.п.
- Письменная речь ориентирована на восприятие органами зрения, поэтому она обладает четкой структурной и формальной организацией.

Особенности устной речи

- Устная речь — это звучащая речь. Данная форма речи изначальна.
- Необратимость, поступательный и линейный характер развертывания во времени — одно из главных свойств устной речи.
- Устная речь может быть подготовленной (доклад, лекция и др.) и неподготовленной (разговор, беседа)
- Устная форма речи закреплена за всеми функциональными стилями русского языка, однако, она имеет преимущество в разговорно-бытовом стиле речи.

Применение основных правил устной и письменной речи в процессе деловой коммуникации

Правила письменной речевой коммуникации:

- Пишите просто и понятно (текст легко воспринимается читающим, когда он написан просто и понятно).
- Привлеките внимание к тексту (сообщение должно быть простым и сжатым, но не примитивным, которое будет совершенно неинтересно читателю).
- Избегайте ненужных повторений (в письменных коммуникациях очень важно употреблять только слова и фразы, действительно важные для получателя сообщения).
- Пишите ясно (людям-адресатам нужен ясный, простой и недвусмысленный язык. Ясность изложения включает в себя выбор слов, структуры предложения и абзаца, а также общую организацию текста сообщения).

Применение основных правил устной и письменной речи в процессе деловой коммуникации

Правила письменной речевой коммуникации:

- Текст должен быть цельным и связным (в деловой корреспонденции каждое предложение должно содержать только одну тематическую мысль).
- Тон письма должен быть позитивным (тон и стиль письма могут произвести на читателя как положительное, так и отрицательное впечатление).
- Будьте тактичны (избегайте того, что может обидеть читателя).
- Пишите грамотно (грамотность – это та "упаковка", которая очень важна в письменных коммуникациях).
- Используйте унификацию – процесс создания документов на базе единых стандартов и правил.

Применение основных правил устной и письменной речи в процессе деловой коммуникации

Правила устной речевой коммуникации:

- соблюдать определённый стиль общения;
- не перебивать собеседника, дать ему высказаться;
- обращаться вежливо;
- не повторяться;
- говорить по сути;
- говорить интересно и убедительно (отсутствие лишних слов, использование экспрессивной лексики и выражений позитивного плана).

3. Формы деловой коммуникации и их разновидности

Деловая беседа

Деловая беседа – передача или обмен информационными сообщениями и мнениями по определенным вопросам и проблемам.

Функций деловой беседы:

- взаимное общение работников из одной деловой сферы;
- совместный поиск, выдвижение или разработка рабочих идей и замыслов;
- контроль и координирование деловых мероприятий.

Деловая беседа может быть непосредственной или опосредованной, чаще всего, по телефону.

Деловая беседа может предварять переговоры или быть элементом переговорного процесса.

Деловые переговоры

Переговоры – специфический вид деловой коммуникации, имеющий свои правила и закономерности, использующий разнообразные пути к достижению соглашения, совместный анализ проблем. Цель переговоров – найти взаимоприемлемое решение, избегая крайней формы проявления конфликта.

Деловые переговоры – основное средство согласованного принятия решений в процессе общения заинтересованных сторон. Деловые переговоры всегда целенаправлены и предполагают заключение сделок, подписание соглашений и контрактов.

Деловые переговоры могут проходить на *официальном* и *неофициальном* уровне.

Переговоры могут быть *внешними* (с деловыми партнерами и клиентами) и *внутренними* (между сотрудниками).

Собеседование

Собеседование используется при решении кадровых вопросов: при приеме на работу, увольнении.

Собеседование – встреча с потенциальным работодателем или его представителем при приеме на работу.

Цель собеседования – познакомиться воочию, понять, насколько работодатель и соискатель подходят друг другу, а также обсудить детали сотрудничества.

Собеседование

Типичные ошибки при собеседовании:

- Нечеткость объяснения. Кандидат не может дать конкретных ответов на вопросы специалиста кадровой службы.
- Кандидат ведет себя заносчиво, надменно, разговаривает покровительственным тоном, давая понять специалисту кадровой службы, что делает ему одолжение.
- Кандидат не проявляет заинтересованности в должности. Отсутствует четкая цель.
- Недостаток уверенности.
- Кандидат вызывающе одет.
- Неорганизованность, невнимательность, некорректное поведение, чрезмерная разговорчивость.

Спор

Спор – столкновение мнений, разногласие по какому-либо вопросу, борьба за отстаивание собственных позиций.

Спор может быть реализован через

Дискуссию – форма спора, в рамках которого рассматривается, исследуется, обсуждается какая-либо проблема с целью достичь взаимоприемлемого, а по возможности и общезначимого ее решения.

Полемика – форма спора, предполагающая наличие противоположных мнений и обоснованных аргументов, основная задача – утверждение одной из противостоящих позиций.

Дебаты – формальный метод ведения спора, при котором стороны взаимодействуют друг с другом, представляя определенные точки зрения, с целью убедить третью сторону (зрителей, судей и т. д.).

Спор

В чем отличия разных форм спора?

В отличие от дискуссий, диспутов, целью которых выступает коллективный поиск истины, в полемическом споре целью является победа над противником и утверждение собственной позиции.

Деловое совещание

Деловое совещание – способ открытого коллективного обсуждения проблем группой специалистов.

Деловое совещание – общепринятая форма делового общения по обсуждению производственных вопросов и проблем, требующих коллективного осмысления и решения.

Цель совещания – описание ожидаемого результата, нужного типа решения, желательного итога работы.

Важно для получения нужного результата совещания:

- точно и в нужном направлении сформулировать предмет обсуждения;
- выносить на совещание лишь те темы, которые не удастся решить отдельным специалистам в рабочем порядке.

Деловое совещание

Типы совещаний:

- совещания по планированию;
- совещания по мотивации труда;
- совещания по внутрифирменной организации;
- совещания по контролю за деятельностью работников;
- совещания, специфические для фирмы.

Оптимальное число участников 6-7 человек. На совещания надо приглашать только тех, в чьей компетентности находится обсуждаемая проблема и кто способен решить вопрос.

Презентация

Презентация – первое официальное представление заинтересованной аудитории некоторой еще неизвестной или малоизвестной продукции, фирмы и ее создателей.

С помощью презентации информируют и убеждают потенциальных клиентов и партнеров в необходимости приобретения конкретной продукции или услуги.

Задача презентации: так продемонстрировать товар и его возможности, чтобы вызвать интерес и привлечь внимание к своей фирме, а в конечном итоге, как ожидаемый результат – заключить договоры и сделки.

Длительность проведения презентации: 1,5-2 часа.

Проводить презентации рекомендуется после 15 часов (после презентации можно организовать коктейль или фуршет с 17.00 до 19.00).

Торги

Торги – способ продажи и закупки товаров, размещения заказов на подрядные работы путем привлечения предложений от нескольких поставщиков и подрядчиков и выбора наилучшего из них.

В результате торгов заключается юридическая сделка с тем деловым партнером, который предложил наиболее выгодные условия.

Торги – это прежде всего коммуникация, которая предполагает как вербальный, так и невербальный информационный обмен.

Торги отражают стремление деловых партнеров убедить друг друга во взаимной выгоде согласованных действий и решений.

Торги

Наступательные методы в процессе торгов:

- разведка (использование подставных лиц для выявления подлинных цен товара, для зондирования ситуации, т.д.);
- пропаганда своего товара с помощью рекламы и формирования общественного мнения;
- гибкая перемена тактики продаж, «нащупывание» слабых мест в системе «обороны» партнера;
- настойчивость, давление;
- тактика затягивания торгов;
- незначительные конфликты для того, чтобы нащупать слабинку и измотать противоположную сторону;
- ультиматумы, предъявляемые в последнюю минуту, чтобы вырвать значительные уступки уже после того, как оппонент успокоился и начал мысленно подсчитывать свою прибыль.

Деловая переписка

Деловая переписка – обобщенное название различных по содержанию документов, выделяемых в связи с особым способом передачи информационного сообщения.

Деловое письмо – письменное обращение к должностному лицу, оформленное в соответствии с правилами переписки.

С помощью деловых писем осуществляется обмен информацией, делаются предложения, ведутся переговоры, предъявляются претензии, выражаются благодарности и т.п.

По содержательной направленности можно выделить более 20 наименований писем.

Деловая переписка

Виды деловых писем:

1. Письма-просьбы.
2. Информационные письма.
3. Письма-запросы.
4. Сопроводительные письма.
5. Письма-заказы.
6. Гарантийные письма.
7. Письма-приглашения.
8. Письма-извинения.
9. Письма-выражения отказа или согласия.
10. Благодарственные письма.
11. Письма-рекламации.

Пресс-конференция

Пресс-конференция – мероприятие для СМИ, проводимое в случаях, когда есть общественно значимая новость, и организация или отдельная известная личность, непосредственно связанные с этой новостью, желают дать свои комментарии по этой новости, которые были бы интересны и важны для общественности.

Основное назначение пресс-конференций: адресное распространение информации (новостей, документации, фотографий) среди редакций СМИ.

Наиболее оптимальное время проведения пресс-конференции – с 11.00 до 16.00.

Длительность пресс-конференции – от 30 минут до 3 часов.

Технология проведения пресс-конференции

Правила проведения пресс-конференции:

- Докладчик четко зачитывает текст короткой заявления, в котором говорится о причинах мероприятия.
- Репортеров приглашают задавать вопросы.
- Вопросы задаются поочередно, профессиональные стандарты предусматривают, что журналисты будут придерживаться объявленной темы.
- Члены команды организаторов следят за регламентом пресс-конференции.

4. Критика в деловой коммуникации

Критика в деловой коммуникации.

Позитивная критика

Критика (от фр. critique из др.-греч. κριτική τέχνη «искусство разбирать, суждение»):

а) обсуждение с целью дать оценку; б) отрицательное суждение с целью указания недостатков; в) проверка достоверности чего-либо.

Позитивная критика всегда ситуативно уместна, осуществляется в присутствии объекта критики.

Предметом критики являются дела и поступки, а не личность человека, его особенности, характер, умственный потенциал.

Конечной целью критики является решение, помогающее изменить ситуацию, конкретные предложения по устранению недостатков и снятию возникших проблем.

Цель критикующего – выявить действительные причины допущенных ошибок. Критика должна быть щадящей!

Объективная критика опирается только на конкретные факты и аргументы.

Виды критики в деловой коммуникации

Разрушительная критика по форме выражения монологична. Она не предполагает конструктивного взаимодействия, сотрудничества критикующего и критикуемого. Она не предполагает двух позиций, взаимно уточняющихся или вырабатывающихся в процессе критики. У автора такой критики только одна позиция, одна точка зрения, он заранее присвоил себе право быть правым.

Конструктивная критика ставит своей целью не уничтожение оппонента, а совместный поиск средств преодоления обнаружившихся трудностей и проблем. Здесь налицо две равноправные позиции, во взаимодействии которых и осуществляется критика. Критический диалог – это не просто средство обнаружения недостатков, относительно которых нужно потом «принять меры», но и сам процесс устранения этих недостатков.

Спасибо за внимание!