

Деловая коммуникация

Авторы:

Казакова О.А.

Райская Л.М.

Серебренникова А.Н.

Филиппова Е.М.

Диалогические жанры в деловом общении

Лекция №4

План

1. Виды диалогического делового общения.
2. Деловой разговор и деловая беседа.
3. Групповые формы делового общения: деловые переговоры, деловое совещание.
4. Особенности телефонного разговора.
5. Неформальное деловое общение.

Виды диалогического делового общения

- **Деловой разговор** – кратковременный контакт, преимущественно на одну тему.
- **Деловая беседа** – продолжительный обмен сведениями, точками зрения, часто сопровождающийся принятием решений.
- **Переговоры** – обсуждение с целью заключения соглашения по какому-либо вопросу.
- **Интервью** – разговор с журналистом, предназначенный для печати, радио, телевидения.
- **Дискуссия.**
- **Совещание (собрание).**
- **Пресс-конференция.**
- **Контактный деловой разговор** – непосредственный, «живой» диалог.
- **Телефонный разговор (дистантный)**, исключаящий невербальную коммуникацию.

Особенности диалогических форм деловой коммуникации:

- цель проведения (*зачем?*);
- контингент участников (*кто? с кем? для кого?*);
- регламент (*как долго?*);
- коммуникативные средства реализации намерений (*как?*);
- организация пространственной среды (*где?*);
- ожидаемый результат (*какой? что на выходе?*).

Деловой разговор

- **Деловой разговор** – самый распространенный контактный метод.
- В отличие от беседы разговор представляет собой форму ситуационного контакта.
- Цель такой коммуникации – обмен информацией по конкретному вопросу.
- Участников, как минимум, двое, регламент зависит от степени важности предмета и от возможности участников разговора. Коммуникативные средства, типичные для любой беседы: обмен репликами, вопросами и ответами, мнениями и оценками.

Элементы ситуационного контакта:

- обращение;
- запрос (вопрос, затребование информации или описание ситуации);
- ответ (представление информации или описание ситуации);
- согласование действий (взаимодействие);
- ожидаемый результат (совместные акции, договоренности, решения).

Специфика делового разговора

- Эффективность разговора, как и всех коммуникативных деловых жанров, может зависеть не только от компетентности его участников, но и от манеры держаться, двигаться, от речевой культуры, умения слушать, от самоуправления, способности «вести свою линию», формулировать свое собственное суждение, обосновывать возражения и пр.

Деловая беседа

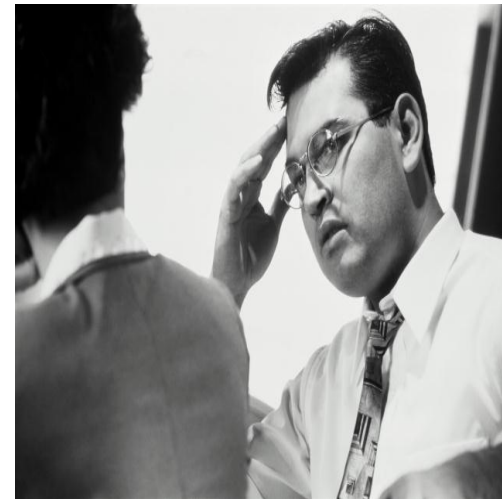
- «Самое плодотворное и естественное упражнение ума – беседа. Живое слово и учит, и упражняет. Противные моим взглядам суждения не оскорбляют меня, а только возбуждают и дают толчок умственным силам» (Монтень).
- «Хочешь быть умным, научись разумно спрашивать, внимательно слушать, спокойно отвечать и переставать говорить, когда нечего больше сказать» (И. Лафатер, швейцарский мыслитель XVIII в.).

Деловая беседа

- **Деловая беседа** – передача или обмен информацией и мнениями по определенным вопросам или проблемам. По итогам деловых бесед принятие решений, заключение сделок необязательно.
- Деловая беседа может предварять переговоры или быть элементом переговорного процесса.

Функции деловой беседы:

- взаимное общение работников из одной деловой сферы;
- совместный поиск, выдвижение и оперативная разработка рабочих идей и замыслов;
- контроль и координирование уже начатых деловых мероприятий;
- стимулирование деловой активности и пр.



Подготовка деловой беседы:

- продумать вопросы, которые необходимо задать собеседнику;
- определить желаемый конечный результат;
- установить регламент и место проведения беседы;
- определить ее стратегию и тактику.

Структура деловой беседы:

- начало беседы;
- передача информации;
- аргументирование;
- опровержение доводов собеседника;
- принятие решений.



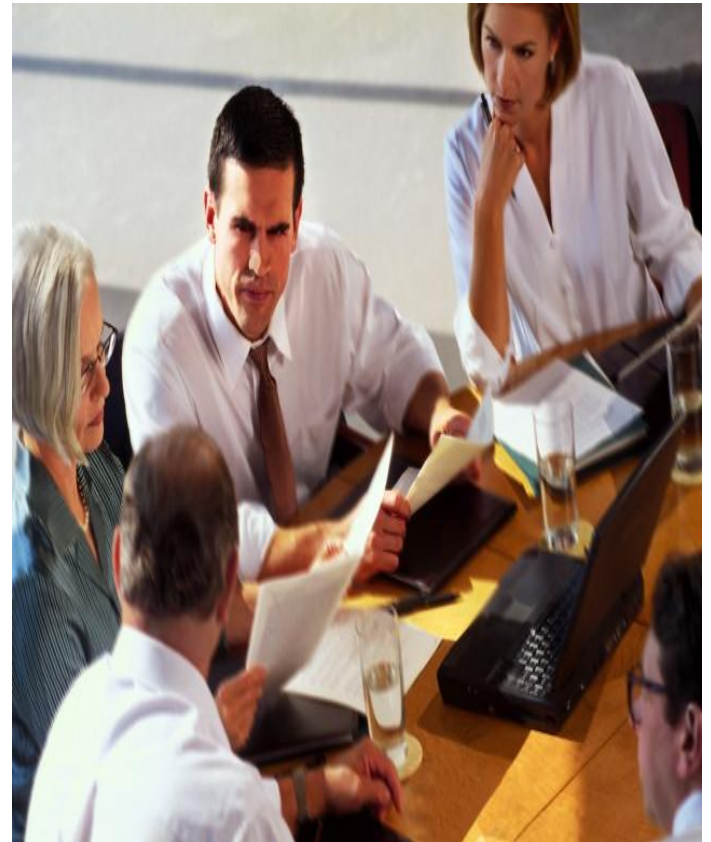
Факторы успеха деловой беседы:

- **профессиональные знания** дают возможность для реализации высокой объективности, достоверности и глубины изложения информации, а также для владения ситуацией;
- **ясность** позволяет увязать факты и детали, избежать двусмысленности, путаницы, недосказанности;
- **наглядность** – максимальное использование иллюстративных материалов (документов, информационных источников, таблиц, схем и пр.), общеизвестных ассоциаций и параллелей (снижает абстрактность изложения информации);
- **постоянная направленность** – следует постоянно держать в голове основные задачи беседы и знакомить с ними собеседника;
- **ритм** – повышение интенсивности беседы по мере приближения ее к концу.

Факторы успеха деловой беседы

- **повторение** – повторение основных положений и мыслей помогает собеседнику воспринять нужную вам и важную информацию;
- **элемент внезапности** – представляет собой продуманную, но неожиданную для собеседника увязку деталей и фактов;
- **«насыщенность»** рассуждений – необходимость следить за тем, чтобы в ходе беседы чередовались «взлеты», когда от собеседника требуется максимальная концентрация, и «спады», которые используются для передышки и закрепления мыслей и ассоциаций у собеседника;
- **рамки передачи информации** – французский писатель и мыслитель Вольтер сказал: «Секрет быть скучным состоит в том, чтобы рассказывать все»;
- **юмор** и **ирония** уместны в определенной дозе и ситуативно, они поднимают дух собеседников, их готовность к восприятию даже неприятных аспектов беседы.

- **Деловые переговоры** – основное средство согласованного принятия решений в процессе общения заинтересованных сторон. Деловые переговоры всегда имеют конкретную цель и направлены на заключение соглашений, сделок, контрактов.



Подготовка деловых переговоров:

- 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.

Этапы переговоров

- Ход переговоров укладывается в следующую схему: начало беседы – обмен информацией – аргументация и контраргументация – выработка и принятие решений – завершение переговоров.

Правила ведения переговоров

- 1. Рациональность.** Необходимо вести себя сдержанно. Неконтролируемые эмоции отрицательно сказываются на переговорном процессе и способности принятия разумных решений.
- 2. Понимание.** Невнимание к точке зрения партнера ограничивает возможности выработки взаимоприемлемых решений.
- 3. Общение.** Если ваши партнеры не проявляют большой заинтересованности, все же постарайтесь провести с ними консультации. Это позволит сохранить и улучшить отношения.

.

Правила ведения переговоров

- 4. Достоверность.** Ложная информация ослабляет силу аргументации, а также неблагоприятно влияет на репутацию.
- 5. Отсутствие менторского тона.** Недопустимо поучать партнера. Основной метод – убеждение.
- 6. Принятие.** Постарайтесь принять другую сторону и будьте открыты для того, чтобы узнать нечто новое от партнера.

Общие принципы проведения переговоров

- Наиболее оптимальными днями для переговоров являются вторник, среда, четверг. Самое благоприятное время дня – через полчаса-час после обеда, когда мысли о еде не отвлекают от решения деловых вопросов. Благоприятная среда для переговоров может быть создана, в зависимости от обстоятельств, в вашем офисе, представительстве партнера или на нейтральной территории (конференц-зал, приспособленные для переговоров номер гостиницы, зал ресторана и т. д.).

Деловое совещание

- **Деловое совещание** – способ открытого коллективного обсуждения проблем группой специалистов.

Правила подготовки и проведения делового совещания

- Длительность совещания не должна превышать полутора-двух часов.
- Целесообразно проводить деловые совещания в определенный день недели (за исключением внеплановых, экстренных заседаний), в конце рабочего дня или во второй его половине.
- Правильно составленная повестка совещания.

Содержание повестки:

- тема совещания;
- цель совещания;
- перечень обсуждаемых вопросов;
- время начала и окончания совещания;
- место, где оно будет проходить;
- фамилии и должности докладчиков, выступающих по основной информации, людей, ответственных за подготовку вопросов;
- время, отведенное на каждый вопрос;
- место, где можно ознакомиться с материалами по каждому вопросу.

Памятка руководителю совещания:

- начать его вовремя;
- сообщить о регламенте;
- согласовать правила работы, уточнить повестку дня;
- назначить ответственного за регламент и протокол;
- предупредить о «снятии» выступлений не по существу вопроса, например, эмоциональные оценки людей и событий, субъективные мнения вместо конструктивных предложений, сообщений и т.п.;
- если используется критика, требовать ее конструктивности – называть конкретные факты и их причины, не переходить на личности, а высказываться по поводу действий и ошибок, предлагать пути решения проблемы, устранения просчетов, недостатков;

Памятка руководителю совещания:

- четко вести совещание к намеченным целям, для этого обеспечить отдачу от каждого участника и придать конструктивный характер обсуждению в целом;
- регулировать направленность и деловитость выступлений, не допускать затягивания выступлений, стимулируя конкретность, содержательный анализ, реальные предложения, решения, идеи;
- соблюдать корректность дискуссии;
- использовать разнообразные приемы для активизации внимания участников совещания;
- подводя итоги совещания, обобщить все сказанное, сформулировать выводы, определить задачи на будущее;
- завершить точно в назначенное время.

Пресс-конференция

- **Пресс-конференция** – это встреча официальных лиц (руководителей, политических деятелей, представителей государственной власти, специалистов по связям с общественностью, бизнесменов и т.п.) с представителями прессы, телевидения, радио с целью информирования общественности по актуальным вопросам.

Структура пресс-конференции:

- вводная часть (продолжительность 3-4 минуты);
- приветствие;
- объяснение причин проведения;
- программа;
- представление выступающих;
- информация о материалах, предоставляемых прессе.

Правила проведения пресс-конференции:

- докладчик обычно зачитывает текст краткого заявления, в котором говорится о причинах проведения такого мероприятия;
- репортеров приглашают задавать вопросы докладчику (рядом находятся один или два эксперта, которые могут понадобиться для ответа на специальные вопросы);
- вопросы задаются по очереди;
- профессиональные стандарты предполагают, что репортеры будут придерживаться объявленной темы.

Принципы ведения пресс-конференции:

- не допускать преувеличений, называть вещи своими именами;
- проявлять уважение к своим конкурентам, политическим противникам, недоброжелателям;
- не стремиться убедить других в том, что успех – ваше личное достижение, помнить о своей команде и всех тех, кто работал на успех;
- избегать вступать в споры, а также не давать односложные ответы типа «да», «нет»;
- не касаться тем, освещение которых в прессе для вас нежелательно;
- не проявлять пристрастия или неприязни к кому-либо из гостей;
- стараться замедлять темп задаваемых вопросов, давая более обстоятельные ответы на некоторые из них.

Телефонный разговор

- **«Пока слово не произнесено, оно узник того, кто собирался его сказать. Когда же слово сказано, его пленником становится тот, кто произнес его» (Древняя мудрость).**
- **«Я написал длинное письмо, потому что у меня не было времени, чтобы написать короткое» (Блез Паскаль).**



Телефонный разговор

- Навык лаконичного собеседования приобретается со временем, по мере повторения разговоров в жестком регламенте.
- **Документация.** Кроме плана, участник телефонного разговора должен знать, какие документы для разговора ему потребуются (картотека клиентуры, обзор, проспекты, отчет, акты, корреспонденция и пр.).
- **Запись разговора.** При необходимости нужно подготовить все для записи информации.

План телефонного разговора:

- взаимное представление – 20 ± 5 секунд;
- введение собеседника в курс дела – 40 ± 5 секунд;
- обсуждение ситуации, проблемы – 100 ± 5 секунд;
- заключительное резюме – 20 ± 5 секунд.

Поведение во время разговора

- Вы набираете номер телефона только тогда, когда твердо уверены в его правильности.
- Вы тщательно готовитесь к деловому телефонному разговору, добиваясь максимальной краткости.
- Перед особо ответственными телефонными переговорами делаются нужные записи на листке бумаги.
- Если предстоит долгий разговор, спрашивается у собеседника, располагает ли он достаточным временем, и, если нет, разговор переносится на другой, согласованный день и час.
- Добившись соединения по телефону с нужным учреждением, следует представиться и представить свое предприятие.

Поведение во время разговора

- Во время продолжительного монолога собеседника по телефону время от времени лучше подтвердить свое внимание краткими репликами.
- Если Вы «не туда попали», следует извиниться, а не вешать молча трубку.
- На ошибочный звонок полагается вежливо ответить: «Вы ошиблись номером» – и положить трубку.
- Работая над важным документом, лучше выключить телефон или переключить его на секретаря.
- В деловых телефонных переговорах требуется «держаться в руках», даже если до этого были причины для неудовольствия.
- В качестве ответа на телефонный звонок следует назвать свою фамилию.

Поведение во время разговора

- Завершая деловой разговор по телефону, необходимо поблагодарить собеседника и пожелать ему успеха.
- Если коллега, которого спрашивают по телефону, отсутствует, следует спросить, что ему передать, и оставить записку на его столе.
- Если телефон звонит во время беседы с посетителем, нужно просить перезвонить позже.
- В присутствии сотрудников лучше говорить по телефону вполголоса.
- Если собеседника плохо слышно, полагается просить говорить громче или перезвонить.

Специфические жанры деловой коммуникации

- **Специфическими жанрами деловой коммуникации** можно считать спор, дискуссию, полемику, дебаты, прения, которые зачастую являются составляющими таких форм делового общения, как совещания, собрания, конференции, а могут иметь и самостоятельное значение.

Деловая дискуссия

- **Деловая дискуссия** – обмен мнениями по определенному вопросу всех или отдельных участников общения. Многие деловые собрания и совещания проводятся в виде дискуссий.
- При **массовой дискуссии** все участники, за исключением председателя, находятся в равном положении. Специально подготовленные докладчики не назначаются, в то же время все присутствуют не только в качестве слушателей. Специальный вопрос обсуждается в определенном порядке, обычно в соответствии со строгим регламентом и под председательством должностного лица.

Групповая дискуссия

- **Групповая дискуссия** отличается тем, что специально подготовленная группа обсуждает вопрос, дискутирует перед аудиторией. Целью такой дискуссии является представление возможных решений проблемы, обсуждений противоположных точек зрения по спорным вопросам, презентация новой информации. Как правило, такого рода дискуссии спора не разрешают и не склоняют аудиторию к какому-либо единообразию действий. В групповой дискуссии в качестве оппонентов могут участвовать от трех до восьми – десяти человек, не считая ведущего. Основное **коммуникативное средство** – **диалог**, который каждый раз ведут только два участника. Число участников групповой дискуссии может меняться в ту или другую сторону в зависимости от запаса времени, сложности и актуальности проблемы, наличия компетентных специалистов.

Общие принципы проведения дискуссии

- Организация пространства.
- Подготовленность участников к дискуссии: статистические данные, необходимые материалы.
- Манера говорения, культура речевой коммуникации, а также стиль ее демонстрации (непринужденно, в оживленной манере, точно формулируя вопросы и лаконично комментируя ответы или краткие замечания).
- Аудитория, наблюдающая дискуссию, должна быть постоянно в центре внимания выступающих, с нею необходимо поддерживать не только невербальный, но и вербальный контакт.
- Ведущий дискуссию регулирует ее ход, все процедуры, представляет тему и выступающих, следит за регламентом, руководит обменом мнений, произносит заключительное слово.

Деловой спор

- **Деловой спор** как вид коммуникации широко применяется при обсуждении разногласий, в ситуации отсутствия единого мнения по обсуждаемому вопросу.
- Особенностью спора является не доказательство истинности собственного тезиса, а словесное состязание, при котором каждый отстаивает свою точку зрения по тому или иному спорному вопросу.

Характеристики делового спора:

- спор предполагает наличие по крайней мере двух субъектов, одного из которых уместнее называть проponentом, а другого – оппонентом;
- участники спора имеют одинаковые права в процессе обмена мнениями, по степени активности, по видам и формам прямой и обратной связи друг с другом;
- предметом спора является положение, о котором каждая из сторон имеет собственное мнение, называемое позицией или тезисом;
- различие позиций сторон делает спор обсуждением на уровне явления, а не на уровне сущности. Поэтому любой спор – достаточно поверхностное обсуждение спорного положения;
- позиции сторон противоречат друг другу и чаще всего имеют открыто отрицательный характер;

Характеристики делового спора:

- процедура обмена мнениями в соответствии с взаимоисключающими характеристиками тезисов выражается в борьбе мнений;
- борьба мнений в споре нередко достигает высшей формы – конфликта мнений, когда каждая из сторон настаивает на истинности своего тезиса и ложности тезиса оппонента. Каждый довод в аргументации такого типа представляет собой отрицание довода оппонента. Характер обсуждения приобретает вид опровержения, отклонения, отрицания, неприятия, устранения;
- предметное поле обсуждения спорного вопроса обычно не бывает четко определенным. Его размытость также обусловлена тем, что речь в споре идет не о сущности, а о поверхностных характеристиках предмета;
- спор как вид деловой коммуникации не регламентирован ни в процедурном, ни в пространственном, ни во временном отношении.

Неформальное деловое общение

- Достаточно часто деловые беседы проходят в неформальной обстановке (кафе, ресторане). Это требует умения сочетать решение деловых вопросов с трапезой. Обычно выделяют деловой **завтрак, обед, ужин.**

Общие принципы неформального делового общения

- Деловой завтрак – наиболее удобное время для встреч тех, кто напряженно работает в течение дня. Продолжительность около 45 минут. Не рекомендуется для деловой встречи мужчины и женщины.

Деловой обед позволяет наладить хорошие отношения с партнерами, лучше познакомиться с клиентами. В полдень человек активнее и раскованней, чем в 7-8 часов утра.

Продолжительность делового обеда строго не регламентируется и обычно составляет один-два часа, из которых до получаса занимает светский разговор, как правило, предваряющий деловую беседу.

Деловой ужин носит более официальный характер, чем завтрак или обед, и по степени регламентации приближается к приему. Это определяет тип приглашений (письменные, а не телефонные), особенности одежды (костюм темных тонов).

Общие принципы неформального делового общения

- Место встречи. При выборе места встречи необходимо проявить воспитанность и такт. Когда вы заинтересованы в беседе, можно подчеркнуть свое уважение к человеку, назначив место встречи поближе к месту его работы. Уровень ресторана должен соответствовать положению, которое занимают приглашенные вами люди.

Общие принципы неформального делового общения

- Необходимо строго соблюдать заранее согласованные договоренности о месте, времени и составе участников встречи (кто, где и когда будет встречаться).
- Только при настоятельной необходимости можно вносить изменения в заранее утвержденный план.

Общие принципы неформального делового общения

- Рассадка за столом. Если сделан предварительный заказ, хороший тон предписывает дождаться, пока соберутся все приглашенные, и лишь тогда усаживаться за стол. Если вам надо будет разложить бумаги, а вы встречаетесь лишь с одним человеком, предпочтительнее сесть за столик на четверых, а не на двоих. В этом случае будут веские причины предложить человеку сесть справа от вас, а не напротив.

Общие принципы неформального делового общения

- Оплата. Оплатить счет должен либо тот, кто первым предложил встретиться, либо занимающий более высокое положение. Если ситуация может быть превратно истолкована как попытка завоевать чье-то особое расположение, следует предложить, чтобы каждый платил за себя. Это особо актуально для представителей средств массовой информации и государственных служащих всех уровней: завтрак журналиста или чиновника за чужой счет могут считаться попыткой повлиять на прессу или проявлением коррумпированности органов государственной власти. Однако наиболее общим подходом все же будет такой – пригласивший берет все расходы на себя.

Общие принципы неформального делового общения

- Благодарность. После делового завтрака, обеда или ужина принято, по меньшей мере, поблагодарить пригласившего. Более уместной, однако, будет благодарственная записка.

Спасибо за внимание!

A decorative graphic consisting of a solid teal horizontal bar that spans the width of the slide. Below this bar, on the right side, there are several horizontal lines of varying lengths and colors, including teal and white, creating a layered, modern look.