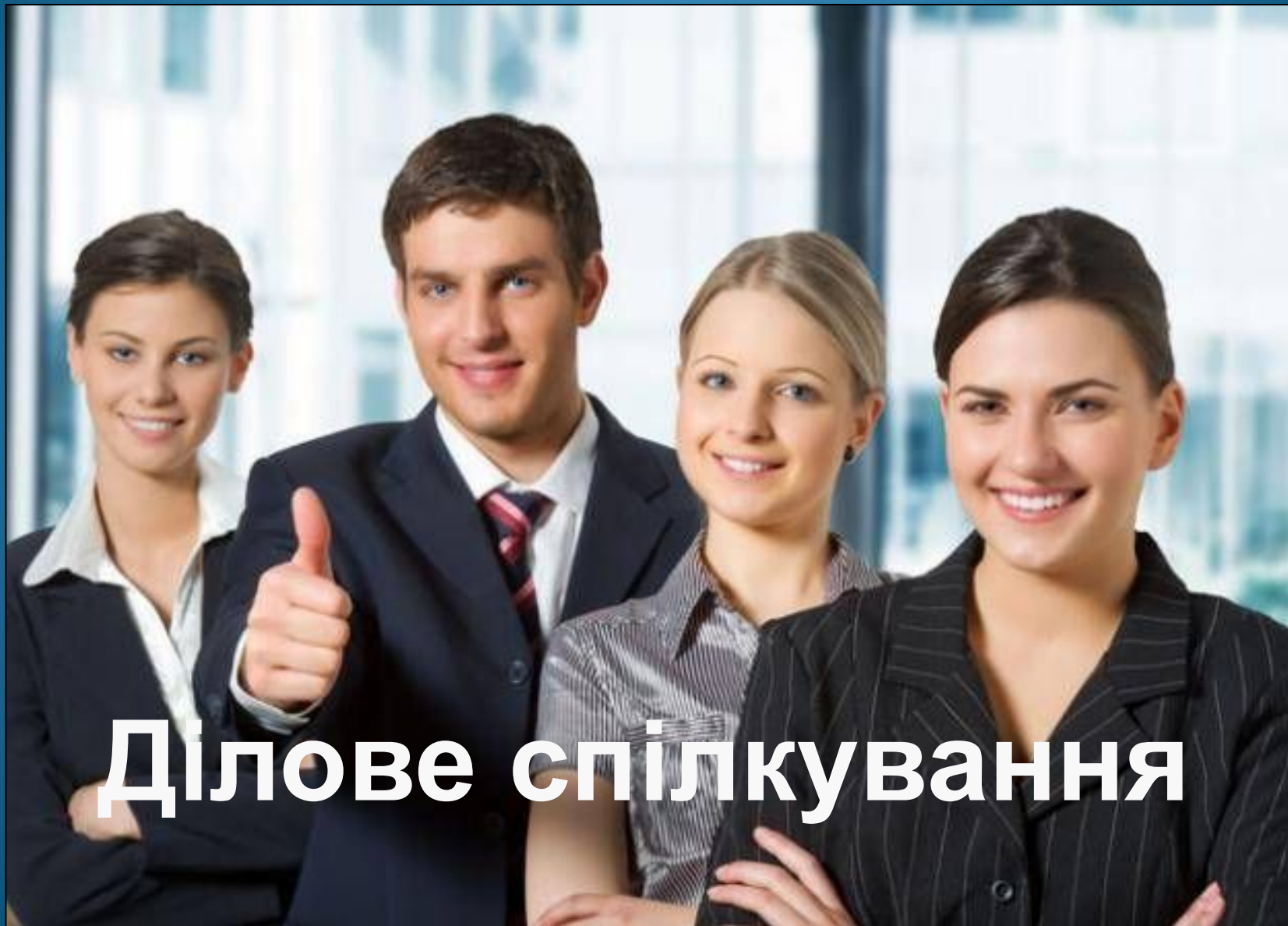




Ділове спілкування

Ділове спілкування – це спілкування, що регулює офіційні стосунки, державно-правової і суспільно-виробничих сферах.



Особливості ділового спілкування:

- відсутність великої кількості емоцій
- результативність
- аргументованість
- логічність, доречність, змістовність, стислість



Види ділового спілкування

- Вербальне - один із видів спілкування, який включає в себе використання слів.
- Невербальне - спосіб спілкування, який переважно використовує мову тіла та інші фізичні жести як засіб спілкування.
- Письмове - вид спілкування, який включає в себе тільки письмові форми.
- Робоче - спосіб спілкування, що особливо часто застосовується під час прийому на роботу.
- Електронне - сучасний спосіб спілкування, який включає електронні та новітні технології для спілкування, такі як телеконференції, електронні повідомлення і т. д.
- Командне - одна з форм спілкування, яка проявляється в командній роботі та співпраці.

Основні форми ділового спілкування:

Усна форма ділового стилю:

- ділова бесіда
- діловий прийом
- ділова доповідь
- ділова розмова по телефону
- ділова нарада
- ділові переговори



Писемна форма ділового стилю:

- документи різних видів

Основні функції спілкування:

- Інформативно-комунікативна - з нею пов'язані усі процеси, які охоплюють сутність таких складників спілкування, як передача-прийом інформації та відповідна реакція на неї.
- Регулятивно-комунікативна - відбувається процес коригування поведінки, коли людина може вплинути на мотиви, мету спілкування, програму дій, прийняття рішень.
- Афективно-комунікативна - відбувається взаєморегуляція та взаємокорекція поведінки, здійснюється своєрідний контроль над усією сферою діяльності партнера. Тут можуть реалізуватися можливості навіювання, наслідування, вживаються усі можливі засоби переконання.

Зони спілкування:

- Інтимна зона (15 - 46 см) - спілкування з близькими, батьками, родичами.
- Особиста зона (46 - 120 см) - відстань спілкування з друзями і однодумцями.
- Зона соціального спілкування (1,2 - 2,0 м) - встань на переговорах з приятелями і колегами по роботі.
- Формальна зона (2,0 - 3,6 м) - ділові переговори візити до вищих чиновників.
- Загальнодоступна або публічна зона (більше 3,6 м) - спілкування з великою групою людей.



Ділова бесіда

Ділова бесіда - це є форма обміну інформацією між двома чи декількома особами у «вузькому колі».



Ділова бесіда складається з п'яти фаз:

- початок бесіди
- передача інформації
- аргументація
- спростування доводів співрозмовника
- ухвалення рішень

Види бесід:



Залежно від мети спілкування та змісту бесіди переділяються на:

- ритуальні;
- глибинно-особистісні;
- ділові.

Залежно від кількості учасників виокремлюють такі бесіди:

- індивідуальні;
- групові.



Основні функції ділової бесіди:



- початок перспективних заходів і процесів.
- контроль і координування вже початих заходів і процесів.
- обмін інформацією.
- взаємне спілкування працівників з однієї сфери діяльності.

- підтримка ділових контактів.
- пошук, висунення і оперативна розробка робочих ідей і задумів.
- стимулювання руху творчої думки в нових напрямках.



Ділова розмова по телефону

Телефонна розмова - один із різновидів усного мовлення, що характеризується специфічними ознаками.

Під час телефоної розмови співрозмовники не бачать один одного й не можуть скористатися невербальними засобами спілкування, тобто передати інформацію за допомогою міміки, жестів, відповідного виразу обличчя, сигналів очима тощо (відсутність візуального контакту між співрозмовниками).



Якщо телефонуєте ви:



- насамперед привітайтеся, назвіть організацію, яку ви представляєте, а також своє прізвище, ім'я та по батькові;
- якщо телефонуєте в установу чи незнайомій людині, слід запитати прізвище, ім'я та по батькові свого співрозмовника;
- якщо телефонуєте у важливій справі, запитайте спочатку, чи є у вашого співрозмовника достатньо часу для бесіди;

Якщо телефонуєте ви:

- попередньо напишіть перелік питань, котрі необхідно з'ясувати, і тримайте цей перелік перед очима упродовж усієї бесіди;
- не закінчуйте розмову першим: завжди закінчує розмову той, хто телефонує. Завершуючи розмову, неодмінно попрощайтеся, нетактовно класти слухавку, не дочекавшись останніх слів вашого співрозмовника;
- у разі досягнення важливих домовленостей згодом надішліть підтвердження листом або факсовим повідомленням.



Якщо телефонують вам:



- спробуйте якомога швидше зняти трубку й назвіть організацію, яку ви представляєте;
- у разі потреби занотуйте ім'я, прізвище та контактний телефон співрозмовника;
- розмовляйте тактовно, ввічливо: демонструйте розуміння сутності проблем того, хто телефонує;
- не кладіть несподівано трубку, навіть якщо розмова є нецікавою, нудною та надто тривалою для вас.

Ділове листування

Службове листування - важлива частина ділового етикету. Це спілкування в мініатюрі. Оволодіння ним - це ціле мистецтво і, деколи, нелегка праця. Тямуще ділове листування здатне збільшити обороти фірми, підприємства, поліпшити взаємозв'язки різних служб, встановити міцні зв'язки із споживачами.



Особливості ділового листування:

- офіційно-діловий стиль;
- широке вживання мовних формул - стійких (шаблонних) оборотів, використовуваних в незмінному вигляді;
- застосування скорочень;
- використання конструкцій з послідовним підпорядкуванням слів в родовому або орудному відмінку.



За змістом і призначенням листи можуть бути:



- Інструктивними
- Супровідними
- Гарантійними
- Інформаційними
- Подячними
- Вітальними
- Рекламними

Візитні картки

Візитна картка - важливий атрибут сучасної ділової людини.



По зовнішності візитки потенційні партнери можуть становити заочне думку про людину або ж згадувати про вашу очній зустрічі.

Використовують візитні картки в таких випадках:

- інформування в момент знайомства про себе чи про свою фірму або підприємство;
- інформування про себе осіб, у контактах з якими ви зацікавлені;
- підтримання контактів з партнерами, привітання їх зі святом чи іншою подією;
- висловлення подяки, співчуття, а також супроводження подарунка чи квітів.

Типів візитних карток:

- класична ділова візитка, на якій вказується прізвище, ім'я та по батькові, посада, найменування і адреса організації, в якій працює особа, а також її робочий та домашній телефон;
- візитні картки для спеціальних і представницьких цілей;
- візитна картка, яка використовується особою, що обіймає високу посаду;
- візитна картка, що використовується дружиною посадовця і містить досить обмежену інформацію;
- спільна, чи сімейна, візитна картка;
- візитна картка фірми, підприємства, організації, яка використовується для привітання партнерів від імені фірми.

Етикет обміну візитками:

- Основне правило полягає в тому, що свою візитку не рекомендується нав'язувати. Лише за наявності відповідної зацікавленості з боку зустрічної сторони можна вручити її, щоб продовжити спілкування.
- Візитка зазвичай вручається співрозмовнику на початку зустрічі і залишається на видному місці, щоб йому було зручно запам'ятати Ваше ім'я.
- На дипломатичних зустрічах візитними картками обмінюються по рангу. Якщо мова йде про ранги, то починають із самих високопоставлених чинів (не забудьте поцікавитися заздалегідь, якщо не розбираєтеся в цьому). Якщо чини рівні, звертають увагу на вік, а потім і привілейоване становище жінок.
- Щоб висловити свою повагу, одержувач зобов'язаний, з належною увагою (не дуже довго) переглянути вміст картки, і в обов'язковому порядку вимовити вголос ім'я чи прізвище.
- Якщо ви хочете налагодити контакт, просто перешліть свою картку по e-mail, що буде прирівняно до візиту. Крім того, її можна особисто залишити в офісі, що буде більш вдалим варіантом.