Контрольная работа

по предмету

«Деловые коммуникации в менеджменте»

**Содержание**

1. Понятие рефрейминга

2. Понятие делового письма и его особенности

Список литературы

**1. Понятие рефрейминга**

В основе рефрейминга лежит различие между намерением и поведением: тем, что вы делаете, и тем, чего вы на самом деле пытаетесь достичь при этом. Это решающее различие, которое следует иметь в виду, сталкиваясь с любым поведением. Часто то, что вы делаете, не дает вам того, чего вы хотите. Например, женщина может постоянно испытывать беспокойство о своей семье. Это ее способ проявления своей любви и заботою семье. Семья же смотрит на это как на придирки и обидные выпады. Мужчина может стремиться продемонстрировать свою любовь к семье, много и долго работая. А его семья, возможно, хотела бы, чтобы он больше времени проводил вместе с ними, пусть даже в ущерб заработной плате.

Иногда поведение дает вам то, чего вы хотите, но не вполне согласуется с другими частями вашей личности. Например, работник может льстить и шутить со своим начальником, чтобы получить повышение, а затем ненавидеть себя за это. Порой вы и в самом деле можете не знать, чего пытаетесь достичь с помощью определенного поведения, и это кажется досадным. За каждым поведением всегда скрывается позитивное намерение. В противном случае зачем же вы его осуществляете? Все, что вы делаете, преследует некоторую цель, только эта цель может быть устаревшей. А некоторые типы поведений (подходящим примером является курение) достигают, мягко говоря, противоположных результатов.

Избавиться от нежелательного поведения – это не значит стараться и остановить его волевым усилием. Такие меры – гарантия того, что оно будет возобновляться настойчиво, потому что вы обратили на него внимание и придали ему энергию. Найдите другой, лучший способ удовлетворить свое измерение, способ, который более созвучен другим сторонам вашей личности. Вы же не будете выбрасывать керосиновые лампы прежде, чем проедете электричество, если, конечно, не захотите остаться в темноте.

В нас содержится множество личностей, живущих в тревожном альянсе. И каждая часть нашей личности пытается осуществить свое собственное намерение. Чем более они согласованы и способны работать в гармонии друг с другом, тем более счастлив человек. В нас смешано множество частей, и часто они вступают в конфликт друг с другом. Равновесие постоянно нарушается, и это делает жизнь интересной. Трудно быть полностью конгруэнтным, полностью поглощенным деятельностью одного направления, а чем более важной является эта деятельность, тем больше частей вашей личности должны быть включены в нее.

С привычками трудно расстаться. Курение вредно для здоровья, но оно дает вам возможность расслабиться, занимает ваши руки и помогает поддерживать товарищеские отношения с другими людьми. Отказ от курения и пренебрежение связанными с ним остальными потребностями оставляет вакуум. Цитируя Марка Твена: «Бросать курить легко. Я делаю это каждый день».

Люди всегда и во всем ищут смысл. События происходят, но до тех пор, пока мы не придадим им смысл, не свяжем их с другими событиями нашей жизни и не оценим возможные последствия, они не имеют для нас никакой важности. Мы узнаем о смысле вещей из нашей культуры и индивидуального воспитания. Для древних людей астрономические явления имели огромное значение, кометы были предвестниками перемен, а взаимное расположение звезд и планет определяло судьбы людей. Сейчас ученые уже не принимают затмения и кометы так близко к сердцу. Они представляют собой замечательное зрелище и подтверждают тот факт, что вселенная все-таки подчиняется тем законам, которые мы для нее придумали.

Какой смысл имеет ливень? Плохая новость, если вы на открытой местности и без плаща, хорошая новость, если вы фермер и была засуха. Плохая новость, если вы организуете пикник на природе. Хорошая новость, если ваша крикетная команда близка к поражению, и матч откладывается. Смысл любого события зависит от того, в какую рамку вы его помещаете. Когда вы меняете рамку (проводите рефрейминг) события, вы меняете и смысл. Когда меняется смысл, ваши реакции и поведение также меняются. Способность помещать события рефреймировать события дает вам больше свободы и больше выборов.

Рефрейминг – изменение рамки в отношении утверждения для придания ему другого смысла.

Один наш знакомый упал и довольно сильно поранил свои колени. Было очень больно, это означало, что он не сможет играть в сквош (игра в мяч вроде тенниса), в игру, которую он очень любил. Он отнесся к этому несчастному случаю как к благоприятной возможности, а не как к ограничению, он проконсультировался у ряда докторов и психотерапевтов и узнал, как работают мускулы и связки колена. К счастью, хирургическое вмешательство не потребовалось. Он разработал для себя программу упражнений, и шестью месяцами позже его колени стали крепче, чем были до падения, и Сэм он тоже был в лучшей форме. Он скорректировал свои привычные игровые позы, которые прежде делали его колени слабым местом. От этого вся его игра улучшилась. Повреждение колен оказалось весьма полезным. Была ли эта травма неудачей? Это с какой стороны посмотреть…

Рефрейминг – это не способ смотреть на мир через розовые очки, так, чтобы все вокруг стало «на самом деле» хорошим. Проблемы не исчезнут сами по себе, с ними все равно придется что-то делать, но чем больше у вас будет способов по-разному посмотреть на них, тем легче их будет разрешить. Измените рамку, чтобы увидеть возможную выгоду, пред – ставьте опыт таким образом, чтобы он поддерживал ваши собственные цели и те цели, которые вместе с вами разделяют другие люди. Вы несвободны выбирать, когда видите, что вас подталкивают силы, лежащие за пределами вашего контроля. Измените рамку так, чтобы получить некоторый простор для маневра.

Наиболее привычное в обществе применение рефрейминга – оправдание своих неудач, страхов и лености. Рефрейминг дает в таких случаях не альтернативы, а успокоение, провоцирующее регресс вашей деловой и личной жизни. Если вы хотите использовать рефрейминг для развития своих коммуникативных способностей, то на тренингах Академии Развития вы научитесь делать это в реальных условиях своей деятельности под скрытым контролем спецоборудования и опытных инструкторов.

Рефрейминг контекста.

Практически любое поведение может оказаться полезным в соответствующих обстоятельствах. Лишь очень немногие поведения не могут иметь ценности и цели ни при каких обстоятельствах. Если вы начнете раздеваться на оживленном шоссе, то вас арестуют, а на нудистском пляже, наоборот, у вас будут неприятности, если вы этого не сделаете. Не рекомендуется надоедать своей аудитории на семинаре, но эта способность оказывается полезной, когда вы хотите выдворить непрошеных гостей. Вас не будут любить, если вы будете нагло врать своим друзьям и родным, но вы станете популярным, если будете использовать свое воображение, чтобы написать фантастический бестселлер. А как насчет нерешительности? Она может оказаться полезной, если вы никак не можете решить, рассердиться вам, или нет, а затем совсем забываете об этом. Рефрейминг контекста лучше всего работает с утверждениями типа «я слишком» или «я бы хотел прекратить». Спросите себя: «Когда это поведение было бы полезным?» «При каких обстоятельствах это поведение было бы ресурсным?» Когда вы найдете тот контекст, в котором это поведение является подходящим, вы можете мысленно прорепетировать его именно в этом контексте и выработать уместное поведение для первоначального контекста.

Рефрейминг содержания.

Содержание опыта – это то, на чем вы фокусируете свое внимание, придавая ему то значение, какое вам нравится. Рефрейминг содержания полезно применять к утверждениям типа: «Я начинаю сердиться, когда мною командуют». Или: «Я впадаю в панику, когда приближается крайний срок». Задайте себе вопросы: «Что еще это могло бы означать?» «Какова позитивная направленность этого поведения?» «Как еще я мог бы описать это поведение?» Политика – это искусство рефрейминга содержания. Хорошие экономические показатели могут быть представлены как отдельные примеры, показывающие всеобщую тенденцию к спаду экономики, либо как проявление экономического процветания, в зависимости от того, на какой стороне палаты общин вы сидите. Высокие процентные ставки неудобны для должника, но хороши для кредитора. Транспортные пробки оказываются ужасной неприятностью, если вы в них попадаете, но в подаче министра, они могут стать признаком процветания. Если бы транспортные заторы были ликвидированы в Лондоне, он бы рапортовал, что это означает смерть столицы как промышленного центра. «Мы не отступаем, – говорил один генерал, – мы наступаем назад».

Учеными разработан более формальный процесс рефрейминга для прекращения нежелательного поведения путем предоставления лучших вариантов поведения. Таким образом, вы сохраняете преимущества старого поведения. Это немного похоже на путешествие. Лошадь и двуколка оказываются единственным способом добраться туда, куда вы хотите (медленным и неудобным). Затем товарищ сообщает вам, что туда на самом Деле регулярно ходят поезда и летают самолеты – другой и более удобный способ достижения вашей цели. Шестишаговый рефрейминг работает хорошо только тогда, когда в вас существует часть, которая заставляет вас вести себя таким способом, который вам не нравится. Он может быть также использован в случае психосоматических симптомов.

1. Сначала определите поведение или реакцию, подлежащую изменению.

Эта часть обычно выражается в форме: «Я хочу сделать…, но что-то меня останавливает» Или: «Я не хочу делать это, но в конце концов я все-таки делаю это». Если вы работаете с другим человеком, вам нет необходимости знать действительное проблемное поведение. На сам процесс рефрейминга не оказывает влияние то, что представляет собой это поведение. Терапия вполне может быть проведена без знания содержания поведения. Уделите минуту, чтобы выразить оценку тому, что эта часть делает для вас, и убедитесь в том, что вы не собираетесь отказываться от нее. Это может оказаться трудным. если проблемное поведение (назовем его X) является очень неприятным, но вы можете оценить его намерение, если не сам способ его осуществления.

2. Установите коммуникацию с частью, ответственной за данное поведение X. Обратитесь внутрь себя и спросите: «Хочет ли часть личности, ответственная за X, общаться со мной на уровне сознания?» Заметьте, какую реакцию вы получите. Будьте внимательны ко всем своим внутренним каналам восприятия: картинкам, звукам и ощущениям. Не угадывайте. Получите определенный сигнал, часто это незначительное ощущение в теле. Сможете ли вы сознательно воспроизвести в точности этот сигнал? Если сможете, снова обратитесь внутрь себя и задайте тот же вопрос, пока не получите сигнал, который вы не сможете контролировать по своей воле.

Это звучит странно, но часть личности, ответственная за X, является неосознаваемой. Если бы она была под сознательным контролем, вы бы не стали ее рефреймировать, вы бы просто ее остановили. Когда части вступают в конфликт друг с другом, всегда появляется некоторый сигнал, который достигает сознания. Приходилось ли вам когда-нибудь соглашаться с чьими-нибудь планами, испытывая при этом сомнения? Как это отражалось на тоне вашего голоса? Можете ли вы контролировать сосущее ощущение под ложечкой, возникающее в тот момент, когда вы даете согласие работать, зная, что с большим удовольствием провели бы время, отдыха?? в саду? Покачивание головой, изменения мимики и тона голоса представляют собой явные примеры того, как конфликтующие части выражают себя. Когда возникает конфликт интересов, всегда появляется некоторый непроизвольный сигнал, и чаще всего он бывает очень слабым. Вам следует быть наготове. Этот сигнал – как «но» в предложении: «Да, но…»

Теперь вам необходимо превратить этот ответ в да/нет сигнал. Попросите часть повысить интенсивность сигнала, если это ответ «да», и ослабить, если это ответ «нет» Попросите воспроизвести оба сигнала один за другим, чтобы отчетливо их различать.

3. Отделите позитивное намерение от поведения. Поблагодарите часть X за сотрудничество. Спросите: «Хочет ли часть, которая ответственна за поведение X, дать мне понять, что она пытается сделать?» Если ответ будет «да», то вы узнаете о намерении, и оно может оказаться сюрпризом для вашего сознания. Поблагодарите часть за информацию и за то, что она делает это для вас. Подумайте о том, хотите ли вы на самом деле иметь часть, которая делала бы это.

Однако вам нет необходимости знать о намерении. Если ответ на ваш вопрос будет «нет», вы можете подыскать условия, при которых эта часть захотела бы сообщить вам о том, чего она пытается достичь. Как бы то ни было, предположите добрые намерения с ее стороны. Это не значит, что вам нравится это поведение, просто вы предполагаете, что у этил части есть не – которая цель, и эта цель в некотором смысле полезна для вас.

Обратитесь внутрь себя и спросите: «Если бы тебе предоставили способы, которые дали бы тебе возможность осуществить это намерение, по крайней мере, не менее эффективно, чем так, как ты делаешь это сейчас, то не захотела ли бы ты попробовать эти способы?» В этот момент ответ «нет» будет означать, что сигналы борются друг с другом. Ни одна разумная часть не смогла бы отвернуться от такого предложения.

4. Попросите свою творческую часть выработать новые способы достижения той же самой цели.

В вашей жизни бывали моменты, когда вы находились в творческом и ресурсном состоянии. Попросите часть, с которой вы работаете, сообщить свои намерения вашей творческой, ресурсной части. Тогда творческая часть сможет найти новые пути осуществления тех же намерений. Часть из них будут удачными, другие – не очень. О некоторых из них вы будете знать, но не имеет значения, если они будут недоступны вашему сознанию. Попросите часть X выбрать лишь те из них, которые она считает такими же удачными или даже более эффективными, чем первоначальное поведение. Они должны быть непосредственны и доступны. Попросите ее подавать сигнал «да» всякий раз, когда она будет получать новый выбор. Продолжайте до тех пор, пока вы не получите по крайней мере три сигнала «да». На этом этапе процесса вы можете потратить столько времени, сколько посчитаете нужным. Поблагодарите свою творческую часть, когда закончите.

5. Спросите часть X, согласна ли она воспользоваться новыми выборами взамен старого поведения в течение следующих нескольких недель.

Это – присоединение к будущему, мысленная репетиция нового поведения в будущих ситуациях.

Если до сих пор все было нормально, то никакие причины не будут препятствовать вам получить сигнал «да». Если вы получили все же ответ «нет», заверьте часть X в том, что она сможет продолжать прибегать к старому стилю поведения, но вы хотели бы, чтобы она попробовала сначала новые выборы. Если и здесь вы получите «нет», вы можете рефреймировать возражающую часть, пройдя с ней через все шесть шагов рефрейминга с самого начала.

6. Экологическая проверка.

Вам необходимо знать, существуют ли другие части, которые могли бы возражать против ваших новых выборов. Спросите «Есть ли такие части, которые возражают против какого-нибудь из моих новых выборов?» Будьте внимательны к любому сигналу. Тщательно разберитесь с каждым из них. Когда появимся какой-то сигнал, попросите эту часть усилить свой сигнал, если она на самом деле возражает. Убедитесь в том, что новые выборы встретили одобрение всех заинтересованных частей, в противном случае они будут заниматься саботажем.

Если возникло возражение, вы можете сделать одно из двух. Либо вернуться к шагу 2 и рефреймировать возражающую часть, либо попросить творческую часть, проконсультировавшие с возражающей частью, выработать дополнительный набор новых выборов. Убедитесь, что эти новые выборы также прошли проверку на любое возражение.

Шестишаговый рефрейминг представляет собой технику терапии и личностного развития. Он имеет непосредственное отношение к нескольким психологическим явлениям.

Первое – это вторичная выгода: идея о том, что, каким бы странные и причудливым ни казалось поведение, оно всегда служит цели, полезной на некотором уровне, и эта цель, как правило, неосознаваемая. Нет никакого смысла делать то, что полностью противоречит нашим интересам. Всегда существует некая выгода, и смесь наших мотивов и эмоций редко оказывается гармоничной.

Второе – это транс. Человек, осуществляющий шести шаговый рефрейминг, будет находиться в легком трансе, когда внимание направлено внутрь себя.

Третье, шести шаговый и рефрейминг использует умение проводить переговоры между частями одной личности. В следующей главе мы рассмотрим умение вести переговоры между людьми в контексте бизнеса.

**2. Понятие делового письма и его особенности**

Деловые письма обладают правовой значимостью, поэтому их стиль должен удовлетворять определенным требованиям.

Текст письма не должен допускать нескольких толкований. Официальный язык должен отличаться точностью и красотой математической формулы. Отсюда общие требования к тексту делового письма: лаконичность, ясность и точность изложения. Текст должен быть изложен грамотно в соответствии с действующими правилами орфографии и пунктуации, в официально-деловом стиле.

По сути, язык официальных документов – это своеобразный набор клише, штампов, стандартов, отличающихся известной унификацией. Стандартизированные словосочетания облегчают восприятие текста, ускоряют подготовку официального письма. Так, например, для деловых писем типичны следующие начала предложений:

Ввиду срочности заказа…

В связи с уточнением плана прибыли…

Согласно вашей просьбе…

Согласно распоряжению начальника управления….

В официальном письме необходимо четко и кратко излагать существо дело, соблюдая нейтральность тона.

Деловые письма юридических лиц (предприятия, фирмы, кооператива, общественной организации…) излагаются:

от третьего лица единственного числа (фирма «уведомляет», «сообщает», «просит», «предупреждает», «примет меры»…)

или

от первого лица множественного числа («сообщаем», «предупреждаем», «направляем», «отказываемся», «просим»…).

Технический составитель и автор официального письма не всегда одно и то же лицо. Не случайно согласно ГОСТУ

Требуется указание на документе его исполнителя.

Деловые письма рекомендуется составлять лишь по одному какому-то вопросу. При составлении письма следует сначала «набросать» логическую схему его содержания. В качестве аналога можно использовать образцы уже имеющейся деловой переписки.

Наиболее рациональной представляется структура текста, состоящая из двух частей:

в первой излагаются мотивы, послужившие поводом для составления письма,

во второй части – предложения, просьбы, решения, распоряжения.

Пример сопроводительного письма

«Направляем проектную документацию по объекту «Волоконно-оптическая сеть г. Сызрань. II-ой этап строительства».

Получение просим подтвердить.»

Изложение каждого аспекта содержания следует начинать с нового абзаца. Разбивая текст официального письма на абзацы, мы облегчаем его восприятие адресатом. Считается, что средняя длина абзаца должна составлять 4–5 предложений. Однако в текстах официальных писем часто встречаются абзацы, состоящие из одного предложения. Но какова бы ни была длина абзаца, всегда следует помнить, что он является внутренне замкнутой смысловой единицей.

Порядок слов при составлении официальных писем зависит от их информационной роли. Несмотря на то, что в русском языке порядок слов относительно свободный (то есть члены предложения не имеют фиксированного места, как, например, в английском), все же существуют определенные правила расположения слов. В зависимости от того, где располагается то или иное словосочетание, меняется смысл предложения.

Пример

1-й вариант:

«На основании письма заказчика незавершенный объем II-ого этапа строительства на объекте «Волоконно-оптическая сеть г. Сызрань» переносится на 2-й квартал 2000 года.»

Цель высказывания – указание срока, на который переносится выполнение объема строительных работ.

2-й вариант:

«На второй квартал 2000 года незавершенный объем II-ого этапа строительства на объекте «Волоконно-оптическая сеть г. Сызрань» переносится на основании письма заказчика от 20.01.2000 исх. №235.»

Цель высказывания – обоснование причины переноса срока выполнения строительных работ.

Из приведенного примера видно, что продуманное расположение слов позволяет пишущему привлечь внимание адресата к той или иной мысли, оттенить важные моменты высказывания.

При построении словосочетаний следует учитывать, что большинство слов в письменной деловой речи употребляется только с одним словом или с ограниченной группой слов.

Например, приказ – издается,

контроль – возлагается на какое-либо лицо

или осуществляется кем-то,

должностные оклады – устанавливаются,

выговор – объявляется,

дисциплинарное наказание – применяется,

меры – принимаются,

обязанность – возлагается и т.д.

Деловые письма пишутся на специальных бланках, соответствующих стандарту и имеющих установленный комплекс обязательных элементов – реквизитов. Рекомендуется следующий их состав: наименование организации, почтовый адрес, номер телефона, номер факса, банковские реквизиты, дата и номер документа, ссылка на номер и дату входящего документа, адресат, заголовок к тексту, текст, отметка о наличии приложения, подпись, фамилия, имя, отчество и телефон исполнителя.

Официальное письмо – единственный документ, на котором не ставится его название (в отличие от других документов: «Приказ», «Распоряжение», «Положение», «Устав» и т.д.)

Ссылка на исходящий номер и дату поступившего документа в обязательном порядке указывается на документах-ответах.

Документ может быть подписан исполняющим обязанности должностного лица с указанием его фактической должности и фамилии. При этом не допускается ставить предлог «За», надпись от руки «Зам.» или косую черту перед наименованием должности.

Рекомендации по составлению деловых писем, конечно, не исчерпываются вышеизложенным. Для составления документов, в том числе и деловых писем, требуются определенный уровень культуры, особые навыки. Но это умение деловому человеку необходимо развивать.

Кроме того, деловые письма, как и другие документы, должны составляться в соответствии с требованиями государственных стандартов, действие которых распространяется не только на органы государственной и исполнительной власти Украины, но и на все организации независимо от их организационно-правовой формы и вида деятельности.

Как правильно составить деловое письмо именно с психологической точки зрения, чтобы его не выбросили, не прочитав, чтобы оно возымело какое-то действие?

1. Обычных или электронных писем, составленных с целью поиска деловых партнеров, предложения своих товаров или услуг, обычно посылается много. Чаще всего их массово рассылают адресатам, о которых не имеют ни малейшего представления (т.н. СПАМ). Это распространенная ошибка начинающих бизнесменов.

Первым делом разузнайте подробности о компании, куда собираетесь направить письмо. Выясните максимум информации о потенциальном партнере. И только после этого составляйте деловое письмо в его адрес. Опыт показывает, что получателю письма всегда приятнее узнать, что обращаются к нему лично, а не читать какое-то безликое «деловое предложение коммерческому отделу фирмы». Обращение к человеку по имени подчеркивает уважение к его личности, вызывает у него положительные эмоции и как следствие – расположение к источнику положительных эмоций. К тому же, о каких серьезных деловых предложениях может идти речь, если отправитель даже не удосужился узнать фамилии, имени и отчества своего потенциального партнера по бизнесу?

Если вы все-таки не сумели уточнить имя адресата, не стоит в обращении писать: «Ув. г-н директор!» или «Ув. комм. дир. фирмы!». В данном случае сокращения неуместны. Слова «уважаемый», «господин», «госпожа», «заместитель директора», «начальник отдела» и им подобные следует писать полностью. Иначе получатель вполне справедливо подумает, что вы его на самом деле не очень-то и уважаете.

2. Деловое письмо должно содержать заголовок, в краткой и броской форме раскрывающий содержание текста. Такая краткая аннотация значительно облегчает обработку и сортировку писем получателем. В любую более-менее серьезную организацию ежедневно приходит масса различных писем. Поэтому велика вероятность того, что на ваше послание попросту не обратят внимание, даже если оно содержит суперпривлекательные предложения. Ведь читают их живые люди. Если вам не повезет, то ваше деловое письмо окажется где-то в пятом десятке рассматриваемых. К тому времени все менеджеры уже не столько вникают в содержание писем, сколько стремятся побольше бумаги отправить в корзину. Поэтому в первую очередь надо добиться того, чтобы ваше письмо выделили из массы аналогичных.

Краткая аннотация окажется очень полезной и в том случае, если деловое письмо, направленное потенциальному клиенту, не сразу его заинтересует. Бывает, проходит какое-то время, и директор говорит секретарю: «Помните, нам присылали интересное предложение в ноябре? Нет, кажется, это было в августе. Не помню откуда. В общем, найдите его». Заголовок вашего письма должен содержать такую информацию, которая могла бы упростить его поиск.

3. Хорошее впечатление произведет деловое письмо, которое после приветствия будет содержать в себе некое вступление-комплимент. Во вступлении обычно говорится о том, что вы рады приветствовать столь известную фирму, какой большой честью для вас будет оказывать услуги столь солидному партнеру и т.д. Не лишним будет также выразить надежду на долговременное и взаимовыгодное сотрудничество.

4. Напротив, очень плохое впечатление производят деловые письма с «водянистым» текстом. Под «водянистым» понимается такой стиль, который включает в себя массу словесного мусора (например, «Мы, конечно же, уверены, что сотрудничество с нами обязательно будет выгодно вам, неправда ли?»), излишней вежливости (например, «Будьте так добры, прочтите это письмо, пожалуйста»), кратких общих вопросов в конце расчлененного вопроса («Вам это нужно, не так ли?»), бессодержательных прилагательных (выдающийся, восхитительный, великолепный и т.д.), лишних местоимений («мы все рады приветствовать вас и вашу фирму» вместо «рады приветствовать вас»). Письма, составленные в таком стиле, оцениваются как менее убедительные, менее компетентные и заслуживающие меньшего доверия, чем те, где текст написан «тверже». Это происходит потому, что «водянистый текст» всегда создает впечатление, что его автор имеет низкий социальный статус. Поэтому нужно всячески избегать употребления общих фраз, слов-паразитов и ненужных прилагательных.

5. Не стоит при оставлении деловых писем употреблять директивные фразы-указания типа «Если вас заинтересовало предложение, то вам следует связаться с нами по телефону…» Такой фразой вы психологически настраиваете людей против себя. Во первых, вы сами наталкиваете получателей письма на мысль, что ваше предложение может и не заинтересовать их. Во-вторых, вы высокомерно указываете своим потенциальным партнерам, как им следует себя вести. Лучше написать: «Для обсуждения деталей нашего предложения вы можете связаться с нами по телефону…». Смысл тот же, но тон менее категоричен и настраивает на более благожелательное отношение к вам.

6. Ключом к превращению предложений, которые просто описывают деятельность вашей фирмы, в предложения, которые создают впечатление о ее конкретных достижениях, является правильный выбор глаголов. Существует форма глагола, вызывающая у читателя представление о реальных результатах. Например, выполнили, разработали, увеличили, создали, сделали и т.п. Это глаголы совершенного вида. Другие же глаголы и словосочетания с глаголами являются более неопределенными по отношению к результату деятельности. Такие глаголы, как производим, работаем, выполняем, участвуем, дают представление скорее о выполняемых функциях, чем о достигнутых результатах. Они являются глаголами несовершенного вида. Использование совершенных глаголов создаст иллюзию конкретных успехов при выполнении какой-либо деятельности, а значит произведет впечатление большей солидности и респектабельности вашей фирмы.

7. Для любого делового письма (даже посылаемого по электронной почте) необходимо использовать фирменный бланк. Это подчеркивает, что за письмом стоит солидная фирма, а значит, с вами можно иметь дело. Напоминаем, что фирменным бланком считается расположенный определенным способом набор реквизитов: название фирмы, адрес, телефон, факс, эмблема фирмы, подпись руководителя и т.п. Если в письме речь идет о финансовых взаимоотношениях, то не лишним будет указать расчетный счет и название банка, услугами которого вы пользуетесь, а также ссылки на лицензии, сертификаты и иные разрешительные документы (если ваш бизнес предполагает их наличие).

8. Письмо, содержащее серьезное деловое предложение, предполагающее денежные взаиморасчеты на большую сумму, лучше отправлять по почте, а не по факсу или E-mail. В идеале же почтовый курьер должен вручать его лично руководителю или секретарю. Такое письмо обязательно должно иметь большой фирменный конверт, отпечатанный типографским способом.

**Список литературы**

1. Баева, О.А. Ораторское искусство и деловое общение [Текст]: учебное пособие / О.А. Баева. – Минск: Новое знание, 2000. – 328 с.
2. Данюк, В.М. Організація праці менеджера [Текст]: навчальний посібник / В.М. Данюк; Мін-во освіти і науки України, КНЕУ ім. Вадима Гетьмана. – К.: КНЕУ, 2006. – 276 с.
3. Діловий етикет. Етика ділового спілкування [Текст]. – Вид. 2-ге, випр. та доп. – К.: Альтерпрес, 2006. – 368 с.
4. Етика ділового спілкування [Текст]: курс лекцій / Т.К. Чмут [и др.]; МАУП, Чайка Г.Л. – К.: МАУП, 1999. – 208 с.
5. Замкова, Н.Л. Психологічна природа ділового спілкування [Текст] / Н.Л. Замкова // Проблеми освіти. Вип. 26. – C.53–62
6. Кубрак, О.В. Етика ділового та повсякденного спілкування [Текст]: навчальний посібник / О.В. Кубрак. – 2-е вид., доп. – Суми: Університетська книга, 2003. – 222 с.
7. Литвин, А.Н. Деловой этикет [Текст]: самоучитель / А.Н. Литвин. – 2-е изд. – Ростов н/Д: Феникс, 2003. – 224 с.
8. Тимошенко, Н.Л. Корпоративна культура: діловий етикет [Текст]: навчальний посібник / Н.Л. Тимошенко. – К.: Знання, 2006. – 391 с.
9. Цимбалюк, І.М. Психологія спілкування [Текст]: навчальний посібник / І. М. Цимбалюк. – К.: Професіонал, 2004. – 304 с.
10. Чмут, Т.К. Етика ділового спілкування [Текст]: навчальний посібник / Т.К. Чмут, Г.Л. Чайка. – 6-те вид., виправл. і доп. – К.: Знання, 2007. – 230 с.
11. Чмут, Т.К. Культура ділового спілкування менеджера [Текст]: навчальний посібник / Т.К. Чмут, Г.Л. Чайка. – К.: Знання, 2005. – 442 с.