**Автономная некоммерческая организация**

**Многоуровневый образовательный комплекс**

**ВОРОНЕЖСКИЙ ЭКОНОМИКО-ПРАВОВОЙ ИНСТИТУТ**

**(АНО МОК ВЭПИ)**

**КАФЕДРА СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ ДИСЦИПЛИН**

РЕФЕРАТ

ПО ДИСЦИПЛИНЕ: «РУССКИЙ ЯЗЫК И КУЛЬТУРА РЕЧИ»

НА ТЕМУ: «ДЕЛОВАЯ БЕСЕДА»

СТАРЫЙ ОСКОЛ

2009

**План**

Введение

1. Противоречивая сущность мотивации общения
2. Основные принципы делового этикета
3. Влияние индивидуальных психологических качеств личности на общение
4. Диалоговое общение
5. Правила общения по телефону
6. Этика и психология деловых бесед и переговоров
7. Заповеди делового человека

Литература

**Введение**

Деловое общение - необходимая часть человеческой жизни, важнейший вид отношений с другими людьми. Вечным и одним из главных регуляторов этих отношений выступают *этические нормы,* в которых выражены наши представления о добре и зле, справедливости и несправедливости, правильности или неправильности поступков людей. И общаясь в деловом сотрудничестве со своим подчиненными, начальником или коллегами, каждый так или иначе, сознательно или стихийно опирается на эти представления. Но в зависимости от того, как человек понимает моральные нормы, какое содержание в них вкладывает, в какой степени он их вообще учитывает в общении, он может как облегчить себе деловое общение, сделать его более эффективным, помочь в решении поставленных задач и достижении целей, так и затруднить это общение или даже сделать его невозможным.

*Этика* (от греч. ethos - обычай, нрав) - учение о морали, нравственности. Термин «этика» впервые употребил Аристотель для обозначения практической философии, которая должна дать ответ на вопрос, что мы должны делать, чтобы совершать правильные, нравственные поступки.

*Мораль* (от лат. moralis - нравственный) - это система этических ценностей, которые признаются человеком. Мораль - важнейший способ нормативной регуляции общественных отношений, общения и поведения людей в самых различных сферах общественной жизни - семье, быту, политике, науке, труде и т. д.

Важнейшими категориями этики являются: «добро», «зло», «справедливость», «благо», «ответственность», «долг», «совесть» и т.д.

**1. Противоречивая сущность мотивации общения**

Нормы морали получают свое идейное выражение в общих представлениях, заповедях, принципах о том, как *должно* себя вести. Мораль всегда предполагает наличие определенного нравственного *идеала,* образца для подражания, содержание и смысл которого меняются в историческом времени и социальном пространстве, т.е. в различные исторические эпохи и у разных народов. Однако в морали должное далеко не всегда совпадает с *сущим,* с реально существующей нравственной реальностью, фактическими нормами поведения людей. Более того, на всем протяжении развития морального сознания внутренним стержнем и структурой его изменения является «противоречиво-напряженное соотношение понятий сущего и должного».

В этом противоречии между должным и сущим заключена и *противоречивая сущность мотивации общения* (в том числе и делового общения и поведения человека). С одной стороны, человек стремится вести себя нравственно, должным образом, а с другой - ему необходимо удовлетворить свои потребности, реализация которых очень часто связана с нарушением нравственных норм. Этот внутренний конфликт между возвышенным идеалом и практическим расчетом, нравственным долгом и непосредственным желанием существует всегда и во всех сферах жизни. Но особенно напряженно он проявляется в *этике делового общения,* потому что именно в этом виде общения основной предмет, по поводу которого оно образуется, является внешним для индивидов.

*Общение -* процесс взаимодействия общественных субъектов: социальных групп, общностей или личностей, в котором происходит обмен информацией, опытом, способностями и результатами деятельности. Общение выступает как способ бытия общества и человека. Именно в процессе общения происходят социализация личности и ее самореализация. По мнению Аристотеля, способность вступать в общение отличает человека от «недоразвитых в нравственном смысле существ» и от «сверхчеловека». Поэтому «тот, кто не способен вступать в общение или, считая себя существом самодовлеющим, не чувствует потребности ни в чем, уже не составляет элемента государства, становясь либо животным, либо божеством».

Специфика *делового общения* обусловлена тем, что оно возникает на основе и по поводу определенного вида деятельности, связанной с производством какого-либо продукта или делового эффекта. При этом стороны делового общения выступают в формальных (официальных) статусах, которые определяют необходимые нормы и стандарты (в том числе и этические) поведения людей. Как и всякий вид общения, деловое общение имеет исторический характер, оно проявляется на разных уровнях социальной системы и в различных формах. Его отличительная черта - оно не имеет самодовлеющего значения, не является самоцелью, а служит средством для достижения каких-либо других целей. В условиях рыночных отношений – это, прежде всего, получение максимальной прибыли.

С учетом всего сказанного этику делового общения можно определить как *совокупность нравственных норм, правил и представлений, регулирующих поведение и отношения людей в процессе их производственной деятельности.* Она представляет собой частный случай этики вообще и содержит в себе ее основные характеристики.

*Деловое общение* - это сложный многоплановый процесс развития контактов между людьми в служебной сфере. Его участники выступают в официальных статусах и ориентированы на достижение цели, конкретных задач. Спецификой является регламент - подчинение установленным ограничениям, определенных национальными и культурными традициями, профессиональными этическими принципами.

Известны «писаные» и «неписаные» нормы поведения в той или иной ситуации официального контакта. Принятый порядок и форма обхождения на службе называется деловым этикетом. Его основная функция - формирование правил, способствующих взаимопониманию людей. Второй по значению является функция удобства, т.е. целесообразность и практичность. Современный отечественный служебный этикет имеет интернациональные признаки, потому что его основы фактически были заложены в 1720 году «Генеральным регламентом» Петра I, в котором были заимствованы зарубежные идеи.

*Деловой этикет включает в себя правила:*

*• нормы,* действующие в сфере общения между равными по статусу членами коллектива (горизонтальные);

• *наставления,* определяющие характер контакта руководителя и подчиненного (вертикальные).

Общим требованием считается приветливое и предупредительное отношение ко всем коллегам по работе, партнерам, независимо от личных симпатий и антипатий, Регламентированность делового взаимодействия выражается также во внимании к речи. Обязательно соблюдение речевого этикета - разработанных обществом норм языкового поведения, типовых готовых «формул», позволяющих организовать этикетные ситуации приветствия, просьбы, благодарности и т.д. (например, «здравствуйте», «будьте добры», «разрешите принести извинения», «счастлив познакомиться с вами»). Эти устойчивые конструкции выбираются с учетом социальных, возрастных, психологических характеристик.

*Общение как взаимодействие предполагает,* что люди устанавливают контакт друг с другом, обмениваются определенной информацией для того, чтобы строить совместную деятельность, сотрудничество.

Этапы общения:

• установка контакта (знакомство, понимание другого человека);

• ориентировка в ситуации общения, осмысление происходящего, выдержка паузы;

• обсуждение интересующей проблемы;

• решение проблемы;

• завершение контакта (выход из него).

*Служебные контакты* строятся на партнерских началах, исходят из взаимных запросов и потребностей, из интересов дела. Такое сотрудничество повышает трудовую и творческую активность, является важным фактором технологического процесса производства, бизнеса.

Виды делового общения по способу обмена информацией - *устное* и *письменное.* Устные виды, в свою очередь, подразделяются на монологические и диалогические.

К *монологическим* видам речи относят приветственную речь; торговую (реклама); информационную; доклад (на заседании, собрании).

*Диалогические* виды речи:

- деловой разговор (кратковременный контакт, преимущественно на одну тему);

- деловая беседа (обмен сведениями, 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.

В прямом контакте и непосредственной беседе наибольшее значение имеют устная и невербальная коммуникации. Беседа или передача сообщений по телефону являются самыми распространенными формами коммуникаций, их отличает непосредственный контакт и большое разнообразие способов общения, что позволяет без труда сочетать деловую (формальную) и личную (неформальную) части всякого сообщения.

*Письменные виды делового общения* - это служебные документы: деловое письмо, протокол, отчет, справка, докладная и. объяснительная записка, акт, заявление, договор, устав, положение, инструкция, решение, распоряжение, указание, приказ, доверенность и др.

По содержанию общение может быть разделено на:

* *материальное* - обмен предметами и продуктами деятельности;
* *когнитивное* - обмен знаниями;
* *мотивационное* - обмен побуждениями, целями, интересами, мотивами, потребностями;
* *деятелъностное* - обмен действиями, операциями, умениями, навыками.

По средствам общения:

* *непосредственное,* которое осуществляется с помощью рук, головы, туловища, голосовых связок и т.д.;
* *опосредованное*- связанное с использованием специальных средств и орудий (письма, телефакс и др.);
* *прямое* - предполагает личные контакты и непосредственное восприятие друг другом общающихся людей в самом акте общения (телефонный разговор, прямой эфир и др.);
* *косвенное* - осуществляется через посредников (другие люди).

Структура общения

К структуре общения можно подойти по-разному, как и к определению его функций. В отечественной психологии структура общения характеризуется путем выделения в нем трех взаимосвязанных сторон.

Стороны общения: коммуникативная, интерактивная и перцептивная.

*Коммуникативная сторона общения,* или коммуникация в узком смысле слова, состоит в обмене информацией между общающимися индивидами.

*Интерактивная сторона* заключается в организации взаимодействия между общающимися индивидами, то есть в обмене не только знаниями, идеями, но и действиями.

*Перцептивная сторона* общения означает процесс восприятия друг друга партнерами по общению и установления на этой основе взаимодействия.

Функции общения:

1) информационно-коммуникативная,

2) регуляционно-коммуникативная,

3) аффективно коммуникативная.

Задача заключается в том, чтобы тщательно проанализировать, в том числе на экспериментальном уровне, содержание каждой из этих сторон или функций. Конечно, в реальной действительности каждая из этих сторон не существует изолированно от двух других, и выделение их возможно лишь для анализа, в частности для построения системы экспериментальных исследований. Все обозначенные здесь стороны общения выявляются в малых группах, т. е. в условиях непосредственного контакта между людьми.

Отдельно рассматриваются вопросы о средствах и механизмах взаимодействия людей.

**2. Основные принципы делового этикета**

1. *Пунктуальность* (делайте все вовремя). Только поведение человека, делающего все вовремя, является нормативным. Опоздания мешают работе и являются признаком того, что на человека нельзя положиться. Этот принцип распространяется на все служебные задания. Специалисты, изучающие организацию и распределение рабочего времени, рекомендуют прибавлять лишних 25% к тому сроку, который, на ваш взгляд, требуется для выполнения порученной работы.

2. *Конфиденциальность* (не болтайте лишнего). Секреты учреждения или конкретной сделки необходимо хранить бережно, как тайны личного характера. Нельзя пересказывать услышанное от сослуживца или руководителя об их деятельности или личной жизни.

3. *Доброжелательность и приветливость,* но это не означает, что дружить с каждым, с кем приходится общаться по долгу службы.

4. *Внимание к* окружающим (думайте о других, а не только о себе). Оно должно распространяться на сослуживцев, начальников и подчиненных. Уважайте мнение других, прислушивайтесь к критике и советам коллег, начальства и подчиненных. Покажите, что цените соображения и опыт других людей. Уверенность в себе не должна подменять скромность.

5. *Имидж* - *внешний облик.* Главное - вписаться в окружение по службе, а внутри этого окружения - в контингент работников вашего уровня. Необходимо одеваться со вкусом, выбирать цветовую гамму к лицу, большое значение имеют тщательно подобранные аксессуары.

6. *Грамотность* (говорите и пишите хорошим языком). Внутренние документы или письма, направляемые за пределы учреждения, должны быть изложены хорошим языком, а все имена собственные переданы без ошибок. Нельзя употреблять бранные слова, даже если вы приводите слова другого человека. Окружающими они будут восприняты как часть вашего собственного лексикона.

*Деловое (официальное, служебное) общение* в зависимости от обстоятельств *может быть прямым и косвенным.* В первом случае оно проходит при непосредственном контакте субъектов общения, а во втором - с помощью переписки или технических средств. Как в прямом, так и косвенном общении используются различные методы влияния (воздействия) на людей: убеждение, внушение, принуждение. Рассмотрим их.

*Убеждение* - воздействие посредством доказательств, логического упорядочения фактов и выводов. Убеждение подразумевает уверенность в правоте своей позиции, в истинности своих знаний, этической оправданности своих поступков. Убеждение - ненасильственный, а следовательно, и нравственно предпочтительный метод влияния на партнеров по общению.

*Внушение,* как правило, не требует доказательств и логического анализа фактов и явлений для воздействия на людей. Основывается на вере человека, складывающейся под влиянием авторитета, общественного положения, обаяния, интеллектуального и волевого превосходства одного из субъектов общения. Большую роль играет сила примера, вызывающая сознательное копирование поведения, а также бессознательное подражание.

*Принуждение* - наиболее насильственный метод воздействия на людей. Он предполагает стремление заставить человека вести себя вопреки его желанию и убеждениям, используя угрозу наказания или иного воздействия, способного привести к нежелательным для индивида последствиям. Этически оправданным принуждение может быть лишь в исключительных Случаях.

На выбор метода воздействия на людей оказывают влияние разнообразные факторы, в том числе характер, содержание и ситуация общения (обычная, экстремальная), общественное или служебное положение (властные полномочия) и личностные качества субъектов общения.

**3. Влияние индивидуальных психологических качеств личности на общение**

общение мотивация деловой этикет

Личность обладает индивидуальными чертами и качествами - интеллектуальными, нравственными, эмоциональными, волевыми, которые формируются под воздействием общества, а также в процессе семейной, трудовой, общественной, культурной жизнедеятельности человека. В общении большое значение приобретают знание и учет наиболее типичных черт поведения людей, свойств их характера и моральных качеств.

Деловое общение строится на основе таких моральных качеств личности и категорий этики, как честность, правдивость, скромность, великодушие, долг, совесть, достоинство, честь, что придает деловым отношениям нравственный характер. На характер общения непосредственное влияние оказывает темперамент его участников.

Выделяют четыре типа темперамента: сангвинический, флегматический, холерический, меланхолический.

*Сангвиник* жизнерадостен, энергичен, инициативен, восприимчив к новому, быстро сходится с людьми. Легко контролирует свои эмоции и переключается с одного вида деятельности на другой.

*Флегматик* уравновешен, медлителен, тяжело приспосабливается к новым видам деятельности и новой обстановке. Долго обдумывает новое дело, но, начав его выполнение, обычно доводит до конца. Настроение, как правило, ровное, спокойное.

*Холерик* активен, предприимчив, отличается большой работоспособностью, упорством в преодолении трудностей, однако подвержен резким сменам настроения, эмоциональным срывам, депрессии. В общении бывает резок, несдержан в выражениях.

*Меланхолик* впечатлителен, повышенно эмоционален, при этом больше подвержен отрицательным эмоциям. В сложных ситуациях проявляет растерянность, теряет самообладание, в благоприятной обстановке может хорошо справляться со своими обязанностями.

**4. Диалоговое общение**

*Общение* - *это улица с двусторонним движением.*

Чтобы общаться, мы должны выражать наши идеи, наши мысли и наши чувства тем, с кем мы вступаем в общение, но мы должны позволить нашим собеседникам также выразить свои идеи, мысли и чувства.

*Регламентаторами беседы являются вопросы.* Для уточнения проблемы целесообразно задавать вопросы открытого типа: что? где? когда? как? зачем? - на которые невозможно ответить «да» или «нет», требуется развернутый ответ с изложением необходимых деталей. Если нужно конкретизировать беседу и сузить тему обсуждения, то задают вопросы закрытого типа (должен ли? был ли?), которые требуют односложного ответа.

Деловая беседа, как правило, состоит из следующих этапов: ознакомление с решаемым вопросом и его изложение; уточнение влияющих на выбор решения факторов; выбор решения; принятие решения и доведение его до собеседника. Залог успеха деловой беседы - компетентность, тактичность и доброжелательность ее участников. Важным элементом как деловой, так и светской беседы является умение слушать собеседника.

*Правила ведения деловой беседы:*

1. Говорить так, чтобы каждый участник беседы мог легко вступить в разговор и высказать свое мнение.

2. Недопустима нетерпимость к чужой точке зрения. Высказывая свое мнение, нельзя отстаивать его, горячась и повышая голос: спокойствие и твердость в интонациях действуют более убедительно.

3. Изящество в разговоре достигается через ясность, точность и сжатость высказываемых доводов и соображений. Во время беседы необходимо сохранять самообладание, хорошее расположение духа и благожелательность.

4. Серьезная полемика, даже при уверенности в своей правоте, негативно сказывается на взаимно полезных контактах и деловых отношениях. Необходимо помнить, что за спором идет ссора, за ссорой - вражда, за враждой - проигрыш обеих противостоящих сторон.

5. Нельзя перебивать говорящего. Лишь в крайних случаях, соблюдая вежливость, можно корректно сделать замечание.

6. Если в комнату вошел новый посетитель, необходимо прервать беседу и продолжить разговор после того, как пришедшего вкратце ознакомят с тем, что было сказано до его прихода.

7. Недопустимо в беседах злословить или поддерживать злословие в адрес отсутствующих.

8. Нельзя вступать в обсуждение вопросов, о которых нет достаточно ясного представления.

9. Говоря в беседе о третьих лицах, нужно называть их по имени-отчеству, а не по фамилии.

10. В беседе недопустимо называть друг друга по фамилии.

11. Не допускайте бестактных высказываний.

12. Неучтиво просить собеседника повторять сказанное под предлогом, что вы не расслышали деталей.

13. Если другой человек заговорит одновременно с вами, предоставьте право сначала высказаться ему.

14. Образованный и воспитанный человек - скромен: он не хвастает знаниями и знакомствами с людьми, занимающими высокое положение.

**5. Правила общения по телефону**

Современную деловую жизнь невозможно представить без телефона. Благодаря нему многократно повышается оперативность решения множества вопросов и проблем, отпадает необходимость посылать письма, телеграммы или совершать поездки в другое учреждение, город для выяснения обстоятельств какого-либо дела. По телефону можно сделать очень многое: провести переговоры, отдать распоряжения, изложить просьбу и т. д. Очень часто первым шагом на пути к заключению делового договора является телефонный разговор.

Человечество пользуется телефоном уже более века. Казалось бы, времени вполне достаточно для того, чтобы научиться разумно пользоваться этим техническим средством... Но умение говорить по телефону по наследству не передается. Искусством общения при помощи этого аппарата овладевает не каждый. Хорошо, если есть толковые наставники или удачные субъекты для подражания, у которых можно научиться правильному разговору по телефону. Соответствующие курсы, различные методические пособия по этой теме широко распространены в различных странах мира.

У телефонного разговора по сравнению с письмом есть одно важное преимущество: он обеспечивает непрерывный двухсторонний обмен информацией независимо от расстояния. Но к деловому телефонному разговору надо тоже тщательно готовиться. Плохая подготовка, неумение выделить в нем главное, лаконично, емко и грамотно излагать свои мысли приводят к значительным потерям рабочего времени (до 20- 30%). Так утверждает американский менеджер А. Маккензи. Среди 15 главных причин потерь рабочего времени бизнесменом, менеджером он поставил на первое место телефонные разговоры. Психологи отмечают, что продолжительность телефонных разговоров зависит от их эмоциональной окраски. Излишняя эмоциональность создает предпосылки для речевой нечеткости, неделовитости фраз, что увеличивает время телефонного разговора.

Известно также, что при телефонном разговоре наблюдается такое явление, как пресыщение общением. Оно может явиться источником напряженности между сторонами. Поэтому во время разговора надо соблюдать меру. Иначе может потеряться смысл общения и возникнуть конфликт. Признаки пресыщения общением: возникновение и усиление беспричинного недовольства партнером, раздражительность, обидчивость и т. п. Следует вовремя выйти из контакта с партнером, чтобы сохранить деловые отношения. Кроме того, ведя длительные телефонные разговоры, вы можете получить репутацию зануды или пустомели. Подобная репутация подорвет интерес к вам и к вашим деловым предложениям. Чтобы восстановить доброе имя фирмы и свое реноме, придется затратить значительно больше усилий, чем при установлении первого делового контакта.

Искусство ведения телефонных разговоров состоит в том, чтобы кратко сообщить все, что следует, и получить ответ. В японской фирме не будут долго держать сотрудника, который не решит деловой вопрос по телефону за три минуты.

Основа успешного проведения делового телефонного разговора - компетентность, тактичность, доброжелательность, владение приемами ведения беседы, стремление оперативно и эффективно решить проблему или оказать помощь в ее решении. Важно, чтобы служебный, деловой телефонный разговор велся в спокойном вежливом тоне и вызывал положительные эмоции. Еще английский философ XVII в. Ф. Бэкон отмечал, что вести разговор в доброжелательном тоне более важно, чем употреблять хорошие слова и располагать их в правильном порядке. Во время телефонного разговора необходимо создать атмосферу взаимного доверия.

Эффективность делового телефонного общения зависит от *эмоционального состояния* человека, от его *настроения.* По мнению психологов, положительные эмоции тонизируют деятельность головного мозга, способствуют четкому рациональному мышлению. Отрицательные эмоции приводят к нарушению логических связей в словах, аргументации, создают условия для неверной оценки партнера, его предложений. Существенное значение имеет также умелое проявление *экспрессии.* Она свидетельствует об убежденности человека в том, что он говорит, в его заинтересованности в решении рассматриваемых проблем. Во время разговора надо уметь заинтересовать собеседника своим делом. Здесь вам поможет правильное использование методов внушения и убеждения. Как это сделать, при помощи каких средств?

*Голос, тон, тембр, интонации* внимательному слушателю говорят очень о многом. По данным психологов, тон, интонация могут нести до 40% информации. Нужно только обращать внимание на подобные «мелочи» во время телефонного разговора. Самому же стараться говорить ровно, сдерживать свои эмоции, не пытаться прерывать речь собеседника. Если ваш собеседник проявляет склонность к спорам, высказывает в резкой форме несправедливые упреки, в его тоне звучит самомнение, то *наберитесь терпения* и не отвечайте ему тем же. Если есть возможность, переведите разговор на спокойный тон, частично *признайте его правоту,* постарайтесь понять мотивы его поведения. Постарайтесь кратко и ясно изложить свои аргументы. Ваши доводы должны быть правильными по существу и грамотно изложены по форме. В разговоре старайтесь не допускать выражения типа: «идет», «добро», «лады», «пока» и т. п. В телефонном разговоре также лучше не употреблять специфические, профессиональные выражения, которые могут быть непонятны собеседнику.

Надо помнить, что телефон усугубляет *недостатки речи,* быстрое или замедленное произношение слов затрудняет восприятие. Особенно следите за произношением чисел, имен собственных, согласных букв. Если в разговоре встречаются названия городов, поселков, имена собственные, фамилии и т. п., которые плохо воспринимаются на слух, их нужно произносить по слогам или даже передавать по буквам.

Этикет делового телефонного разговора имеет в своем запасе целый ряд реплик для корректировки общения. Например:

*Как Вы меня слышите?*

*Не могли бы Вы повторить... ?*

*Извините, очень плохо слышно.*

*Простите, я не расслышал, что Вы сказали, и т.п.*

Прежде чем позвонить кому-либо, вспомните: длительное воздействие телефонных звонков отрицательно сказывается на нервной системе (поэтому сами старайтесь снимать с аппарата трубку, как только услышите звонок), ненужные телефонные разговоры нарушают рабочий ритм, мешают решению сложных вопросов, требующих глубокого анализа, обсуждения в спокойных условиях, т. е. мешают работать тем, кто находится рядом.

Звонок по домашнему телефону деловому партнеру, сослуживцу для служебного разговора может быть оправдан лишь серьезной причиной, кому бы вы ни звонили - начальнику или подчиненному. Воспитанный человек не станет звонить после 22 часов, если для этого нет острой необходимости или не получено предварительное согласие на этот звонок.

Как показывает анализ, в телефонном разговоре 30-40% занимают *повторения* слов, фраз, ненужные паузы и лишние слова. Следовательно, к телефонному разговору надо тщательно готовиться: заранее подобрать все материалы, документы, иметь под рукой необходимые номера телефонов, адреса организации или нужных лиц, календарь, авторучку, бумагу и т. п.

До того как вы решили набрать номер, следует точно определить цель разговора и свою тактику его поведения. Составьте план беседы, запишите вопросы, которые хотите решить, или сведения (данные), которые хотите получить, продумайте порядок постановки вопросов. Четко сформулируйте их, чтобы ваш собеседник не мог многозначно толковать их. Первой же фразой старайтесь заинтересовать собеседника. Держите в памяти даты и номера документов, официальных материалов, имеющих отношение к разговору, постарайтесь спрогнозировать контраргументы собеседника и' свои ответы ему. Если обговариваете несколько вопросов, то последовательно заканчивайте обсуждение одного вопроса и переходите к следующему. С помощью стандартных фраз старайтесь отделять один вопрос от другого. Например:

*Итак, по этому вопросу мы договорились?!*

*Могу я считать, что по этому вопросу мы достигли соглашения?*

*Как я вас понял (в этом вопросе), мы можем рассчитывать на вашу поддержку?*

*Таким образом, две машины вы поставите нам не позже первого квартала?*

Разговор по каждой теме должен заканчиваться вопросом, требующим однозначного ответа.

При подготовке к деловой беседе по телефону постарайтесь ответить себе на следующие вопросы:

• какую главную цель вы ставите перед собой в предстоящем телефонном разговоре;

• можете ли вы вообще обойтись без этого разговора;

• готов ли к обсуждению предполагаемой темы собеседник;

• уверены ли вы в благополучном исходе разговора;

• какие вопросы вы должны задать;

• какие вопросы может задать вам собеседник;

• какой исход переговоров устроит (или не устроит) вас и вашего собеседника;

• какие приемы воздействия на собеседника вы можете использовать во время разговора;

• как вы будете вести себя, если ваш собеседник: решительно возразит, перейдет на повышенный тон; не отреагирует на ваши доводы; проявит недоверие к вашим словам, информации.

По окончании делового телефонного разговора потратьте 3-5 минут на анализ содержания и стиля разговора. Проанализируйте свои впечатления. Найдите уязвимые места в разговоре. Постарайтесь понять причину своих ошибок.

**6. Этика и психология деловых бесед и переговоров**

В политической, предпринимательской, коммерческой и иных сферах деятельности важную роль играют деловые беседы и переговоры. Изучением этики и психологии переговорных процессов занимаются не только отдельные исследователи, но и специальные центры. Методика ведения переговоров включена в программы подготовки специалистов различных профилей.

Деловые беседы и переговоры осуществляются в вербальной форме, что требует от участников общения не только грамотности, но и следования этике речевого общения. Важную роль играет, какими жестами, мимикой мы сопровождаем речь (невербальное общение). Особую важность приобретает знание невербальных аспектов общения при переговорах с иностранными партнерами с иной культурой и религией.

*Деловая беседа* включает обмен мнениями и информацией и не предполагает заключения договоров или выработки решений, обязательных для исполнения. Она может иметь самостоятельный характер, предварять переговоры или быть их составной частью.

*Переговоры* имеют более официальный, конкретный характер и, как правило, предусматривают подписание документов, определяющих взаимные обязательства сторон (договоров, контрактов и т.д.).

*Подготовка к переговорам включает:* определение предмета (проблем), поиск партнеров для их решения, уточнение своих интересов и интересов партнеров, разработка стратегии и тактики (плана и программы) переговоров, подбор специалистов в состав делегации, решение организационных вопросов и оформление необходимых материалов - документов, чертежей, диаграмм, образцов предлагаемых изделий и др.

*Схема переговоров:* начало беседы, обмен информацией, аргументация и контраргументация, выработка и принятие решений, завершение.

Первым этапом переговорного процесса может быть ознакомительная встреча (беседа), в процессе которой уточняется предмет переговоров, решаются организационные вопросы, или встреча экспертов, предваряющая переговоры с участием руководителей и членов делегаций. Успех переговоров в целом во многом зависит от результатов таких предварительных контактов.

*Наладить отношения между партнерами помогают:*

1. *Рациональность.* Вести себя сдержанно, так как неконтролируемые эмоции отрицательно сказываются на переговорном процессе и принятии разумных решений.

2. *Понимание.* Невнимание к точке зрения партнера затрудняет выработку взаимоприемлемых решений.

3. *Общение.* Если партнеры не проявляют заинтересованности, все же постарайтесь провести с ними консультации, что позволит сохранить и улучшить отношения.

4. *Достоверность.* Ложная информация ослабляет силу аргументации и неблагоприятно влияет на репутацию.

*5. Избегайте менторского тона,* не поучайте партнера. Основной метод - убеждение.

6. *Принятие.* Постарайтесь понять другую сторону, будьте открыты к новой информации от партнера.

*Рекомендации опытных специалистов*

1. *Время.* Удачными 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.

2. *Среда.* Благоприятная среда для переговоров может быть создана, в зависимости от обстоятельств, в вашем офисе, представительстве партнера или на нейтральной территории (в конференц-зале, в приспособленном для переговоров номере гостиницы, зале ресторана и т.д.).

3. *Вопросы.* Успех определяется умением задавать вопросы и получать исчерпывающие ответы на них. Вопросы служат для управления ходом переговоров и выяснения точки зрения оппонента. Правильная постановка вопросов способствует принятию нужного вам решения.

*Виды вопросов*

1) *Информационные* вопросы предназначены для сбора сведений, которые необходимы для составления представления о чем-либо.

2) *Контрольные* вопросы важно использовать во время любого разговора, чтобы выяснить, понимает ли вас партнер. Примеры контрольных вопросов: «Что вы об этом думаете?», «Считаете ли вы так же, как и я?».

3) *Направляющие* вопросы необходимы тогда, когда вы не хотите позволить собеседнику навязать вам нежелательное направление беседы. С помощью таких вопросов вы можете взять в свои руки управление ходом переговоров и направить их в необходимое вам русло.

4) *Провокационные* вопросы позволяют установить, чего в действительности хочет ваш партнер и верно ли возникает состояние положительного ожидания. Например: «Если я предложу вам способ, с помощью которого можно быстро решить проблему ..., ничем при этом не рискуя, заинтересует вас это?».

10) *Заключающие* вопросы направлены на скорейшее положительное завершение переговоров. При этом лучше всего сначала задать один-два подтверждающих вопроса, сопроводив их непременно дружеской улыбкой: «Смог ли я убедить вас в выгоде этого предложения?», «Убедились ли вы, насколько просто все решается?» А затем без дополнительного перехода можно задать вопрос, заключающий переговоры: «Какое время вас больше устраивает - май или июнь?»

*Соблюдение этических норм и принципов.* Успешное ведение деловых бесед и переговоров во многом зависит от соблюдения партнерами таких этических норм и принципов, как точность, честность, корректность и такт, умение выслушать (внимание к чужому мнению), конкретность.

*Точность* - одна из важнейших этических норм, присущих деловому человеку. Срок договоренности необходимо соблюдать с точностью до минуты. Любое опоздание свидетельствует о вашей ненадежности в делах.

*Честность.* Включает не только верность принятым обязательствам, но и открытость в общении с партнером, прямые деловые ответы на его вопросы.

*Корректность и такт.* Не исключают настойчивости и энергичности в ведении переговоров при соблюдении корректности. Следует избегать факторов, мешающих ходу беседы: раздражения, взаимных выпадов, некорректных высказываний и т.д.

*Умение выслушать.* Внимательно и сосредоточенно слушайте. Не перебивайте говорящего.

*Конкретность.* Беседа должна быть конкретной, а не отвлеченной и включать факты, цифровые данные и необходимые подробности. Понятия и категории должны быть согласованы и понятны партнёрам. Речь должна подкрепляться схемами и документами.

Негативный исход деловой беседы не является основанием для резкости или холодности при завершении переговорного процесса. Прощание должно быть таким, чтобы позволило сохранить контакт и деловые связи.

**7. Заповеди делового человека**

- Никогда не считайте ваши методы самыми лучшими. Все можно сделать лучше, чем было до сих пор.

- Не начинайте работу, если цель ее и задачи четко не определены.

- Помните слова Сенеки: «Кто не знает, в какую гавань плывет, для того нет попутного ветра».

- Работайте по четкому и конкретному плану (общий план практически не выполняется).

- Помните, что из трех зол: ошибка, перестраховка, бездеятельность, наименьшее - первое. Не бойтесь ошибаться: поняв ошибку, ее можно исправить. А перестраховка и бездеятельность лишат вас авторитета.

- Контролируйте свои эмоции, вырабатывайте привычку сдерживаться, не терять самообладания. Еще Гораций заметил: «Гнев есть кратковременное безумие».

- Задания и распоряжения отдавайте в спокойном тоне, сформулировав их четко, полно и конструктивно.

- Умейте отыскивать рациональное зерно даже в недоброжелательной критике. Леонардо да Винчи считал, что «противник, ищущий ваши ошибки, полезнее, чем друг, желающий их скрыть».

- Говорите с людьми не по должности, а по душе. Проникновенность и сердечность вашего разговора оказывают на них сильное воздействие.

- Умейте подбирать и воспитывать кадры. Выбор и обучение умелого подчиненного - всегда более благоразумная задача, чем выполнение всех дел самим.

- Нельзя давать обещаний, если нет уверенности, что они действительно будут выполнены. Данное слово должно быть гарантией обещания.

- Не теряйте чувство юмора. Беззлобная, доброжелательная шутка создает обстановку доверия, делает труд более легким, привлекательным и производительным. В ряде случаев можно скорее добиться успеха шуткой, чем - строгостью или официальностью.

- Стремитесь как можно меньше говорить «я», а больше «мы», особенно в коллективе.

**Литература**

1. Под ред. проф. В.Н. Лавриненко. Психология и этика делового общения: Учебник для вузов - 3-е изд., перераб. и доп. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2001.

2. Поваляева М.А. Психология и этика делового общения / Серия «Высшее образование». - Ростов на Дону: Феникс, 2004.

3. При написании реферата также использовались интернет-сайты.