Министерство образования и науки Российской Федерации

Федеральное агентство по образованию

Государственная общеобразовательное учреждение высшего профессионального

образования

«Хабаровская государственная академия экономики и права»

**РЕФЕРАТ**

по теме: Деловые встречи и эффективность

их проведения

Выполнила: студентка 2 курса

Группы БУ-62

Загоруй Анна Эдуардовна

Руководитель: Зубарева Ольга Юрьевна

Хабаровск 2007

**Содержание**

1. Организация деловой встречи 3
2. Участие в деловой встрече 4
3. Что и как готовить к деловым встречам 5
4. Типы поведения на переговорах 7
5. Список использованных источников 9

Деловые встречи занимают важное место в расписании активного человека. Важно уметь контролировать ход таких встреч, иначе они могут превратиться из эффективного инструмента коммуникации в “пожирателя” вашего времени.

В последнее время я часто стал участвовать в подобных встречах, поэтому хочу рассказать здесь о том, как извлечь максимум пользы из них и не потерять своё время зря.

Вообще, существует два варианта проведения таких встреч: либо вы являетесь инициатором такой встречи, либо приглашённым. Рассмотрим оба этих варианта подробнее.

**Организация деловой встречи**

Когда вы являетесь организатором, в ваших руках находятся нити управления. В этом случае важно грамотно вести ход переговоров, не теряя из виду главное.

* Заранее предупредите участников встречи о теме беседы.
* В ходе встречи не стоит отвлекаться на посторонние темы. Всегда старайтесь строго придерживаться главной линии переговоров.
* Если пунктов обсуждения несколько, важно уделить каждому из них должное внимание (в соответствии с приоритетами).
* Следите за поведением собеседников. Важно чувствовать их настроение и отношение к разговору. Им может быть не интересна данная тема (предложение, вариант действий), они могут чувствовать усталость или торопиться по другим делам.
* В завершении встречи, когда все важные положения обговорены, следует подвести итог и поблагодарить участников.

**Участие в деловой встрече**

Являясь приглашённым на деловую встречу, вы, скорее всего, не будете иметь возможность влиять на её ход. Но, всё равно, лучше стараться держать встречу под контролем.

* Прежде всего, следует заранее подготовиться ко встрече, чтобы наиболее эффективно участвовать в переговорах.
* Желательно иметь несколько вариантов хода событий, чтобы быть готовым к “неожиданным поворотам” разговора.
* Старайтесь записывать важные моменты встречи. Так вам будет легче следить за ходом беседы, а собеседнику будет понятно, что вы серьёзно относитесь к обсуждаемому вопросу.
* Если вам что-то непонятно, обязательно переспросите (но не перебивайте!) и добейтесь того, чтобы вам стало ясно о чём речь. Иначе вы можете уйти с переговоров “ни с чем”.

Если всё что вы хотели получить от встречи вы получили, то можете завершать переговоры (не дожидаясь, пока их закончит организатор), предварительно подведя итог встрече и спросив, все ли пункты встречи обговорены.

**Что и как готовить к деловым встречам?**

Деловые встречи можно разделить на беседы и переговоры. Беседы предполагают только обмен взглядами, точками зрения, мнениями. Например, в ходе беседы стороны могут договориться о сотрудничестве и наметить последующие шаги. Переговоры призваны найти решение проблемы, представляющей взаимный интерес.

Как правило, беседы и переговоры заранее планируются. В процессе подготовки переговоров и бесед необходимо избегать двух крайностей. Одна крайность – не готовиться к переговорам вообще, полагаться на импровизацию, поиск решения в процессе переговоров. Другая крайность состоит в пунктуальном продумывании всех этапов будущей встречи, учете мельчайших деталей, вплоть до ремарок и пауз. Обе крайности ущербны. В первом случае инициатива может полностью перейти к партнеру. Переговоры без подготовки могут зародить у вашего партнера мысль о вашей некомпетентности в обсуждаемом вопросе. Излишняя детализация может сковывать одного из участников переговоров, малейшее отступление от ранее намеченной схемы будет приводить к растерянности и неуверенности.

Более целесообразно выявить основные моменты встречи, определить линии поведения.

Основная цель беседы состоит в обмене информацией, что облегчает процесс подготовки. Тема будущих бесед согласовывается заранее. В процессе подготовки необходимо:

* наметить круг вопросов, которые вы желаете обсудить;
* подготовить документы. которые вы собираетесь предоставить партнеру в процессе бесед, аргументы в пользу сотрудничества с вашей организацией. ;
* сформулировать вопросы, которые надо задать партнеру.

Готовя беседу, надо выделить время для вопросов партнера и его сообщений.

Подготовка к переговорам более сложный и ответственный процесс. Он включает следующие этапы:

* выявление области взаимных интересов;
* установление рабочих отношений с партнером;
* решение организационных вопросов (повестка дня, место и время встречи)
* формулировка вариантов решения и предложений по обсуждаемыцм вопросам.

На ход ведения переговоров может оказать влияние окружающая цветовая гамма.

Дж. Спербер приводит описание, какие реакции вызывают те или иные цвета. Например, белые стены офиса, где проводятся переговоры хорошо отражают цвет и могут вызвать раздражение, поэтому лучше придать им чуть бежевый оттенок. Синяя цветовая гамма помещения создает атмосферу доминирования хозяев и не позволяет гостям чувствовать себя непринужденно. Бежевый и светло – коричневый - довольно нейтральные тона, а вот темно – коричневый и серые – могут вызвать депрессию. Красные оттенки имеют тенденцию возбуждать и воспринимаются как угрожающие.

Предпочтения в цветовой гамме в значительной степени зависят от культурных традиций. Так, японцы предпочитают пастельные тона, в то время как китайцы – яркие, привлекающие внимание. Различия в цветовых предпочтениях могут наблюдаться даже в рамках одной страны.

**Типы поведения на переговорах**

Переговоры являются неотъемлемой частью деловых контактов. Помимо хорошего знания предмета обсуждения необходимо владеть техникой ведения переговоров, получить определенную профессиональную подготовку. В развитых странах большинство предпринимателей владеют техникой ведения переговоров, создана широкая сеть курсов обучения.

Реальная практика не исключает встречи с партнером, использующим разного рода «грязные уловки». Эти приемы необходимо знать и уметь их нейтрализовать.

Одно из старых правил состояло в максимальном ***завышении начального уровня***. Это прием подразумевает включение таких пунктов, от которых в последствии можно безболезненно отказаться, выдавая его за уступку и ожидая аналогичных шагов от партнера по переговорам. Подобное поведение вызывает недоверие, да и современные методы оценки потенциала сторон оставляют мало возможностей для его использования.

Другой прием, близкий к описанному – ***«расстановка ложных акцентов в собственной позиции»*** и как один из вариантов – внесение, явно неприемлемых для партнера предложений. Этот тактический прием заключается в том, что демонстрируется, например, крайняя заинтересованность в решении какого – либо вопроса, хотя на самом деле это вопрос является второстепенным для данного участника переговоров.

Прием ***вымогательства*** также близок к только что описанным приемам. Различия в том, когда эти приемы используются. Если применение первых двух характерно для начала переговоров, то вымогательство используется в конце, когда стороны подошли к подписанию договора.

Прием вымогательство по своей природе близок к другому приему – ***постановке партнера в безвыходную ситуацию***. На переговорах – поставить партнера в безвыходную ситуацию – это прежде всего риск сорвать их. Соглашение же, полученное таким путем, вряд ли будет прочным. В лучшем случае можно добиться каких то временных уступок.

***Выдвижение требований по возрастающей.*** Видя, что партнер соглашается с вносимыми требованиями, выдвигаются всё новые и новые.

Ещё один прием – ***«салями».*** Он состоит в том, что информация о собственных интересах, оценках и т.д. дается очень маленькими порциями по принципу нарезания колбасы салями. Смысл приема в том, чтобы заставить партнера первым «раскрыть свои карты», а там уже соответствующим образом действовать. Применение этого способа оборачивается искусственным затягиванием переговоров, прежде всего в ущерб делу.

***Дача заведомо ложной информации или блеф.*** В целом этот прием исчезает из арсенала средств участников переговоров, поскольку в современных условиях его использование может стать легко и быстро очевидным, что ведет к потере репутации.

Следующий прием – ***двойное толкование***. Например, стороны в результате переговоров выработали некий документ. при этом одна из сторон «заложила» в формулировки двойной смысл, который не был замечен её партнером, с тем, чтобы потом толковать соглашение в своих интересах.

Одной из продуктивных тактик ведения переговоров может быть ***постепенное повышение сложности обсуждаемых вопросов***. Эта тактика предлагает сначала обсудить более легкие вопросы. Их решение оказывает положительное психологическое воздействие на участников переговоров, демонстрирует возможность достижения договоренностей.

Заслуживает одобрения ***разработка и внесение таких предложений, которые бы способствовали реализации обоюдных интересов***, т. е. предложений на которые партнер мог бы ответить утвердительно. Иногда, партнер по переговорам согласен с существом предложений, но находит сами формулировки неприемлемыми.

В ходе переговоров бывает полезно ***«разделить проблему на отдельные составляющие»***, а не пытаться сразу решить проблему. Разложив проблему, участники смотрят возможно ли достижение договоренности по каждому элементу.

**Список использованных источников**

1. Зельдович Б.З. Деловое общение: Учебное пособие / Б.З. Зельдович. – М.: Альфа – Пресс, 2007. – 456 с.
2. Холопова Т. И., Лебедева М.М Протокол и этикет для деловых людей / Т. И. Холопова, М. М Лебедева. – М.:ИНФРА – М, 1995. – 368 с.
3. Шейнов В.П. Как управлять другими. Как управлять собой: (Исусство менеджера) / В.П. Шейнов. – 2-е изд., доп. – Мн.:Амалфея, 1996. – 368с.
4. Шеламова Г.М. Деловая культура и психология общения / Г. М. Шеламова. – 3-е изд.. доп.. – М.: Издательский центр «Академия», 2004. – 160 с.
5. Деловое общение. Деловой этикет: Учеб. пособие для студентов вузов / И.Н. Кузнецов. – М.:ЮНИТИ – ДАНА, 2004. – 431с.