**Введение**

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. Специфической особенностью названного процесса является регламентированность, т. е. подчинение установленным ограничениям, которые определяются 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.

Под деловой беседой понимают речевое общение между собеседниками, которые имеют необходимые полномочия от своих организаций и фирм для установления деловых отношений, разрешения деловых проблем или выработки конструктивного подхода к их решению.

Деловые беседы обладают многими достоинствами, которых лишены собрания, обмен письменной информации, телефонные разговоры. Они, во-первых, проводятся в тесном контакте, позволяющем сосредоточить внимание на одном собеседнике или очень ограниченной группе людей. Во-вторых, предполагают непосредственное общение. В-третьих, создают условия для установления личных взаимоотношений, которые могут стать впоследствии основой неформальных контактов, т.е. позволяют собеседникам лучше узнать друг друга, что облегчает их общение в дальнейшем.

Одна из главных задач деловой беседы - убедить партнера принять конкретные предложения.

**Деловая беседа выполняет ряд важнейших функций, к которым относятся:**

1. Начало перспективных мероприятий и процессов;

2. Контроль и координирование уже начатых мероприятий и процессов;

3. Обмен информацией;

4. Взаимное общение работников из одной сферы деятельности;

5. Поддержание деловых контактов;

6. Поиск, выдвижение и оперативная разработка рабочих идей и замыслов;

7. Стимулирование движения творческой мысли в новых направлениях.

Выделяют две основные формы деловой беседы: диалог и многостороннее деловое общение. Но они характерны для демократичных руководителей, которые прислушиваются к мнениям и суждениям своих подчиненных.

Авторитарный лидер использует в основном форму монолога, так как не считает необходимым выслушивать мнения работников. Такие выступления чаще всего превращаются в отчет или подведение итогов. При этом не предполагается участие в такой "беседе" остальных сотрудников.

**Основными этапами деловой беседы являются:**

1. Подготовка к деловой беседе;

2. Установление места и времени встречи;

3. Начало беседы: вступление в контакт;

4. Постановка проблемы и передача информации;

5. Аргументирование;

6. Опровержение доводов собеседника;

7. Анализ альтернатив, поиск оптимального или компромиссного варианта либо конфронтация участников;

8. Принятие решения;

9. Фиксация договоренности;

10. Выход из контакта;

11. Анализ результатов беседы, своей тактики общения.

**Подготовка к деловой беседе включает:**

1. Составление плана беседы на основе установления основных задач беседы. Целью планирования является попытка смягчить, нейтрализовать влияние неожиданно появившихся новых фактов или непредвиденных обстоятельств на ход беседы. Подготовка и планирование беседы позволяют заранее предвидеть возможные неожиданные моменты, что снижает эффективность замечаний собеседника. Кроме того, приобретается навык быстрой и гибкой реакции при возникновении непредвиденных обстоятельств;

2. Поиск подходящих путей для решения этих задач;

3. Анализа внешних и внутренних возможностей осуществления плана беседы;

4. Прогноза возможного исхода беседы;

5. Сбора необходимой информации. Этап включает в себя поиск возможных источников информации (из личных контактов, докладов, научных исследований, публикаций, официальных данных и т.д.). При этом целесообразно сразу же дополнять собранные материалы собственными примечаниями, поскольку подобные записи могут существенно помочь на последних этапах подготовки к беседе. Объем собранных материалов во многом зависит от общей информированности участников будущей беседы, уровня их профессиональных знаний, широты подхода к намеченной для обсуждения проблеме;

6. Отбора наиболее веских аргументов для защиты своей позиции. Анализ собранного материала помогает определить взаимосвязь фактов, сделать выводы, подобрать необходимую аргументацию, т.е. сделать первую попытку скомбинировать и увязать весь собранный материал в единое логическое целое;

7. Выбора наиболее подходящей стратегии и тактики общения, а также давление, манипуляцию, просьбы помощи, сотрудничество;

8. Тренировка - мысленная и устная репетиция диалога с собеседником.

**Установление места и времени встречи.**

Для деловой беседы может осуществляться по-разному, в зависимости от установок - позиций участников. Позиция «сверху» реализуется примерно так: «Я жду вас в 16 часов у себя в кабинете», но на «чужой территории» осуществление такой позиции затруднено. Позиция «снизу» осуществляется как просьба: «Мне желательно с вами посоветоваться, когда и куда мне подъехать?». Позиция «на равных» звучит примерно так: «Нам необходимо поговорить. Давайте согласуем место и время нашей встречи».

Место беседы выбирается с учетом его влияния на ожидаемый результат. Для лиц, не работающих в фирме. Наиболее удобным местом будет служебный кабинет принимающего или специальная комната для гостей, оборудованная всем необходимым. Обстановка в любом случае должна быть спокойной, уединенной, исключать неожиданное появление посторонних, шум, звонки и т.д., ибо это нервирует, но не «интимной». Во многом ее определяет даже цвет стен, освещенность, мебель и характер ее расстановки.

С сотрудниками можно встречаться и на их рабочем месте. Допустимо проведение деловых бесед и вне службы, например, в ресторане, кафе или даже в домашних условиях.

**Начало беседы.**

**На первой фазе беседы ставятся следующие задачи:**

1. Установление контакта с собеседником;

2. Создание благоприятной атмосферы для беседы;

3. Привлечение внимания к теме разговора;

4. Пробуждение интереса собеседника.

Любая деловая беседа начинается со вступительной части, на которую отводится до 10-15% времени. Она необходима для создания атмосферы взаимопонимания между собеседниками и снятия напряженности. Если встреча происходит между людьми разных рангов, инициативу должен взять на себя старший. Если между гостями и хозяевами - представитель принимающей стороны.

Начальный этап беседы имеет прежде всего психологическое значение. Собеседники обычно бывают более внимательны в начале разговора. Именно несколько первых предложений часто решающим образом воздействуют на собеседника. В начале беседы следует избегать извинений, проявления признаков неуверенности. Нужно исключить любые проявления неуважения, пренебрежения к собеседнику. Не следует первыми вопросами вынуждать собеседника подыскивать контраргументы и занимать оборонительную позицию.

Существенное значение имеет и ритм беседы. Нужно попытаться повышать ее интенсивность по мере приближения к концу. При этом следует уделить внимание ключевым вопросам. Существует три приема начала беседы.

Данная фаза включает встречу и вступление в контакт. Тип контакта («сверху», «снизу», «наравне», дружелюбно, нейтрально, агрессивно) устанавливается еще до первых слов, в зависимости от того, как вошел человек, какова его поза, взгляд, интонация первых фраз, взаимное расположение в пространстве.

**Для начала беседы чаще всего пользуются четырьмя основными приемами:**

1. Метод снятия напряжения, цель которого - установить тесный контакт. Достаточно сказать несколько комплиментов, и отчужденность начнет быстро исчезать. Шутка, которая вызывает улыбки и смех присутствующих, также помогает разрядить первоначальную напряженность;

2. Метод зацепки - это может быть необычный вопрос, сравнения, личные впечатления, анекдотический случай, краткое изложение проблемы;

3. Метод стимулирования воображения - постановка ряда вопросов, которые подлежат рассмотрению в беседе. Цель - пробуждение интереса к беседе;

4. Метод прямого подхода - непосредственный переход к делу, без вступления. Подходит для кратковременных, не очень важных деловых контактов.

**Правильное начало беседы предполагает:**

1. Точное описание целей беседы;

2. Взаимное представление собеседников;

3. Название темы;

4. Представление лица, ведущего беседу;

5. Объявление последовательности рассмотрения вопросов.

**К перечисленным правилам можно добавить следующие основные черты живой речи:**

1. В любой деловой беседе ценны содержание и техника изложения;

2. Следует ограничиваться фактами и подробностями в беседе рассуждениями по теме;

3. Беседу лучше планировать с различными возможными вариантами;

4. Необходимо иногда повторять и делать выводы из сказанного;

5. Следует обращаться непосредственно к собеседнику, учитывая, что личное влияние в деловых отношениях имеет большое значение.

**Постановка цели беседы может быть различной:**

1. Цель может быть поставлена как проблема (обсудить проблему, пригласить к выработке ее решения). В этом случае ответственность за решение проблемы распределяется на обоих собеседников.

2. Цель беседы может быть поставлена и как задание, задача (дается готовое решение в сопровождении описания самой ситуации). Зачастую этот подход может использовать не только начальник, но и подчиненный.

Передача информации. Передача должна быть точной, ясной (отсутствие двусмысленности, путаницы, недосказанности), профессионально правильной и по возможности наглядной (использование общеизвестных ассоциаций и параллелей, а также наглядных пособий).

При этом всегда, когда это возможно, следует сообщать присутствующим источники вашей информации и указывать на их надежность.

Особое внимание нужно уделять краткости изложения. Необходимо не забывать о временных рамках беседы. Вольтер как-то сказал: «Секрет быть скучным состоит в том, чтобы рассказать все».

**Информируя, отдельные собеседники часто стремятся скрыть свои мысли, отделаться общими фразами, уйти от принятия конкретных решений. Для этого они обычно пользуются следующими приемами:**

1. Используют выражения, не имеющие предметного содержания, типа: «есть решение…» (а чье?);

2. Употребляют глаголы, не дающие указания на точный образ действий, например, «требуется активизировать» и т.п.;

3. Передают информацию очень неопределенно и субъективно;

4. Обобщают информацию, меняя ее смысловое содержание.

Использование подобных приемов существенно снижает эффективность деловой беседы и усложняет достижение поставленной цели.

Фаза передачи аргументации.

После информирования присутствующих и ответов на вопросы наступает основной этап деловой беседы - обоснование выдвигаемых положений.

В аргументировании выделяют две основные конструкции: доказательная аргументация, доказывание и обоснование позиции; и контраргументация - опровержение утверждений партнеров по переговорам.

**Цель этой части беседы заключается в решении следующих задач:**

1. Сбор специальной информации по проблемам, запросам и пожеланиям собеседника;

2. Выявление мотивов и целей собеседника;

3. Передача запланированной информации;

4. Анализ и проверка позиции собеседника.

**Основные группы вопросов, помогающие понять позицию собеседника:**

1. Закрытые вопросы - это вопросы, на которые ожидается ответ "да" или "нет". Цель вопросов такого типа - получение от собеседника обоснованных аргументов для ожидаемого от него же ответа.

2. Открытые вопросы - это вопросы, на которые нельзя ответить "да" или "нет", они требуют какого-то объяснения.

Например: "Каково Ваше мнение по данному вопросу?"; "Почему Вы считаете принятые меры недостаточными?".

3. Риторические вопросы - на эти вопросы не дается прямого ответа, т.к. их цель - вызвать новые вопросы, указать на нерешенные проблемы и обеспечить поддержку со стороны участников беседы путем молчаливого одобрения.

Например: "Мы ведь придерживаемся единого мнения по данному вопросу?".

4. Переломные вопросы - удерживают беседу в строго установленном направлении или поднимают целый комплекс новых проблем.

Например: "Как Вы представляете себе структуру и распределение...?".

5. Вопросы для обдумывания - вынуждают собеседника размышлять, тщательно обдумывать и комментировать то, что было сказано.

Например: "Правильно ли я понял Ваше сообщение о том, что...? "; "Считаете ли Вы, что...? ".

Фаза аргументации переплетается с фазой передачи информации. Здесь формируется предварительное мнение, занимается определенная позиция по данной проблеме со стороны обоих собеседников, но еще можно попытаться изменить складывающееся мнение (позицию).

**Дня построения аргументации существует 12 риторических методов аргументирования:**

1. Фундаментальный метод. Представляет собой прямое обращение к собеседнику.

2. Метод противоречия. Основан на выявлении противоречий в аргументации против. По сути, этот метод является оборонительным и требует повышенного внимания, чтобы делать акцент на существенных противоречиях;

3. Метод "извлечение выводов". Основывается на точной аргументации, которая постепенно, посредством частых выводов приведет к желаемому выводу;

4. Метод сравнения. Придает аргументу живость и наглядность. Сравнение помогает заострить внимание на необходимом аргументе, делает его более ярким и запоминающимся;

5. Метод "да..., но". Чаще всего используется, когда собеседник высказывает преимущественно одностороннюю точку зрения на вопрос. В таком случае стоит согласиться с приведенными аргументами и в дополнение предложить противоположную точку зрения. В этом случае лучше использовать такие речевые обороты, как «и в тоже время», «вместе с тем». Это помогает мягко противопоставить другую точку зрения;

6. Метод "кусков". Состоит в расчленении выступления таким образом, чтобы были ясно различимы отдельные части: "это точно", "об этом существуют различные точки зрения";

7. Метод "бумеранга". Дает возможность использовать «оружие» собеседника против него самого.

8. Метод игнорирования. Его суть: факт, изложенный собеседником, не может быть, опровергнут, но зато его ценность и значение можно с успехом игнорировать. Это создает видимость, что собеседник придает значение чему-то, что не столь важно;

9. Метод потенцирования. Собеседник в соответствии со своими интересами смещает акцент, выдвигает на первый план то, что его устраивает;

10. Метод "выведения". Основывается на постепенном субъективном изменении существа дела;

11. Метод опроса. Основан на том, что вопросы задаются заранее;

12. Метод видимой поддержки. Заключается в поддержке выводов и доказательств оппонента. Приводятся дополнительные аргументы в пользу собеседника, что создает иллюзию поддержки. После чего выдвигаются контраргументы и доказательства противоположной точки зрения;

**Заключение**

Умение вести себя с людьми надлежащим образом является одним из важнейших, если не важнейшим, фактором, определяющим шансы добиться успеха в бизнесе, служебной или предпринимательской деятельности. Дейл Карнеги еще в 30-е годы заметил, что успехи того или иного человека в его финансовых делах даже в технической сфере или инженерном деле процентов на пятнадцать зависят от его профессиональных знаний и процентов на восемьдесят пять - от его умения общаться с людьми. В этом контексте легко объяснимы попытки многих исследователей сформулировать и обосновать основные принципы этики делового общения или, как их чаще называют на Западе, заповеди personalpublicrelation (весьма приближенно можно перевести как "деловой этикет").

Исходя, из всего вышесказанного мы можем сделать вывод, что овладение навыками делового общения является необходимым для будущих деловых людей: менеджеров, экономистов и других. Это не просто, как кажется, но и не сложно. Эти навыки в будущем могут сыграть важную роль при заключении сделки или подписании контракта. Поэтому я считаю, что нам всем еще предстоит многому научиться, чтобы в будущем не теряться в нашей профессиональной деятельности.

**Список использованной литературы**

1. Волгин Б. Деловые совещания. - М., 1991.
2. Дорошенко В.Ю., Золотова Л.М., Лавриненко В. Н. «Психология и

этика делового общения».

1. Комышов А.Л. «Основы документального обеспечения

управления».

Минобрнауки России

Филиал федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего профессионального образования

«Вятский государственный гуманитарный университет» в г. Ижевске

контрольная работа

по дисциплине

Деловые коммуникации

на тему

ДЕЛОВАЯ БЕСЕДА КАК ФОРМА ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ

Выполнила студентка

3 курс, ГМУ 31-У

Тимирзянова Е.И.

Проверил преподаватель:

Неклюдова Л.В.

Дата\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Оценка \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Подпись\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Ижевск

2013