**Содержание**

Введение

1. Правила построения деловой беседы

1.1 Подготовка к беседе

1.2 Деловой этикет

1.3 Письменные виды делового общения

1.4 Совещания

1.5 Классификация деловых совещаний

1.6 Планирование проведения совещаний

2. Абстрактные типы собеседников

3. Этапы и фазы делового общения

4. Техника телефонных переговоров

4.1 Этические нормы телефонного разговора

Заключение

Список используемой литературы

**Введение**

Деловое общение – это сложный, многоплановый процесс взаимодействия между людьми на основе обмена информацией в сфере профессиональной деятельности и бизнеса.

Деловое общение это очень актуальная и распространенная тема на сегодняшний день. Люди, которые занимаются бизнесом им деловое общение очень необходимо. Так как умение вести переговоры с деловыми людьми, уметь правильно подбирать слова, принимать правильные и стандартные решения это является их главной задачей, от этого зависит карьера делового человека в будущем. Потому как бизнес это профессиональная деятельность в сфере которой люди устанавливают друг с другом контакт, обмениваются важной информацией для того чтобы в дальнейшем строить планы и добиваться намеченной цели. Также деловое общение необходимо в сфере управленческой деятельности, то есть в менеджменте, так как менеджеру необходимо в первую очередь уметь вести деловые беседы, проводить деловые сделки, также менеджер должен уметь проводить деловые совещания, уметь организовывать задачи, а также разного рода мероприятия для своих подчиненных. Менеджер должен принимать правильные, а в некоторых случаях нестандартные решения. Деловое общение необходимо и таким личностям как президентам, так как они ежедневно ведут переговоры с президентами других стран, решают вопросы всего мира, устраняют конфликты.

Специфической особенностью делового общения является та или иная степень его официальности, то есть подчиненности установленным ограничениям, которые определяются множеством факторов: национальными и культурными традициями, профессиональными особенностями деятельности, требованиями организации, этическими принципами.

Умение вести себя с людьми надлежащем образом, является одним из важнейших, если не важнейшим фактором, который определяет шансы добиться успеха в бизнесе служебной или предпринимательской деятельности. Доил Карнеги еще в 30-е годы 20 века заметил, что успех того или иного человека в его финансовых делах, даже в технической сфере или в инженерном деле, процентов на 15 от его профессиональных знаний и процентов на 85 от его умения общаться с людьми.

Основная цель этой темы состоит в изучении и закреплении материала. Я выбрал тему деловое общение так как, на мой взгляд, она очень интересна в изучении и полезна, так как от умения правильно и красиво выражаться зависит в дальнейшем карьера человека. Особенно в управленческой деятельности важна такая наука как деловой этикет. *Знание делового этикета – это залог предпринимательского успеха.*

**1. Правила построения деловой беседы**

Деловые беседы (деловые встречи совещания, беседы это одна из важнейших форм управленческой деятельности).

Деловые беседы – это форма межличностного общения обмен взглядами, точками зрения, информацией, мнениями, направленными на решение проблемы.

Структура беседы:

1. Начало беседы;
2. Создание благоприятного климата (приветствия, представления);
3. Изложение своей позиции ее обоснования;
4. Выяснение позиций собеседника;
5. Совместный анализ проблемы;
6. Принятие решения, выяснение позиций собеседника.

Типичные ошибки, совершаемые руководителем при проведении бесед:

1. Руководитель проявляет авторитет и не считается с мнением других;
2. Руководитель игнорирует состояние сотрудников;
3. Не учитывает мотивы поведения сотрудников;
4. Руководитель не проявляет интересы к собеседнику (игнорирование);
5. Руководитель не слушает собеседника и постоянно перебивает.

Функции бесед:

1. Взаимное общение работников из одной сферы;
2. Совместный поиск, выдвижение, оперативная разработка рабочих идей и замыслов;
3. Поддержание деловых контактов;
4. Стимулирование деловой активности;
5. Контроль и координация уже начатых операций.

Деловые индивидуальные беседы делятся на две группы:

* Беседы свободные и целенаправленные с двусторонним обменом информацией, проходящие без специальной подготовки (с учетом или без учета времени).
* Беседы, специально подготовленные и строго регламентированные.

Любая деловая индивидуальная беседа состоит из трех этапов:

Этап первый – подготовительный. В него входит определение задач беседы и составление ее плана; установление времени и выбор места, где будет проходить беседа. Составление плана беседы, исходя из ее задач – главный раздел этого этапа. Здесь необходимо проанализировать свою занятость, определить время беседы и ее продолжительность, а также продумать, удобно ли выбрано время для собеседника.

На этом подготовительном этапе следует проверить себя по следующей пунктам:

1. Тщательная продуманность хода беседы;

2. Свобода от стереотипов, готовность воспринимать людей такими, какие они есть, гибко реагировать на происходящие в них изменения;

3. Полная готовность выслушать собеседника и правильно ответить на возможные вопросы;

4. Наличие точного, ясного и корректного плана беседы;

5. Способность составленного плана беседы вызвать вопросы, уводящие обсуждение в сторону;

6. Наличие естественных и убедительных формулировок;

7. Выражение всех мыслей точно и ясно;

8. Правильный выбор тона проведения беседы;

9. Попытка представить себя на месте собеседника и понять его;

10. Представьте, если бы подобная беседа была проведена с вами, остались бы вы, довольны ею.

Этап второй – ознакомительный. В течение этого этапа преодолевается психологический барьер и устанавливается атмосфера доверия.

Этап третий – основной. Он состоит из трех частей: Вводная часть беседы (возражения); основная часть беседы (доказательства); заключительная часть беседы (выводы).

**1.1 Подготовка к беседе**

Если вы на беседу пришли впервые, то необходимо, войти и назвать себя. Если посетитель пришел к вам и представился, нужно постараться сразу запомнить его имя и отчество. Встретив посетителя, нужно встать из-за стола и пригласить собеседника сесть напротив. Хорошо выйти ему навстречу: этот жест дает собеседнику понять, что вы его уважаете и готовы к разговору на равных. В случае, когда вы встречаетесь для беседы со своим сослуживцем или просто со знакомым вам человеком, приветствуя его и называя при этом по имени и отчеству, вполне достаточно встать из-за стола. Перед началом беседы с незнакомым человеком рекомендуется предупреждать собеседника о времени, которым вы располагаете для беседы. Беседа (это основной этап). Менеджер должен понять, как его собеседник оценивает ситуацию. Необходимо постараться представить полную картину всех событий или обстановку, ориентироваться только на словах собеседника. Нужно уметь слушать и правильно задавать уточняющие и наводящие вопросы, которые помогут раскрыть мысли собеседника.

После соблюдения указанных требований можно убедительно и подробно высказывать свою точку зрения. Надо делать так, чтобы собеседник увидел обстановку с другой стороны и мог критически пересмотреть свои взгляды исходя из более полного знания этой обстановки. Беседа может не всегда проходить гладко. Причину неудачи нужно находить в самом себе, в своем выражении лица, тоне, внимании, а не в собеседнике, нужно находить точный подбор фраз. Если с вашей стороны сыплются встречные вопросы – контрутверждения, это может привести к спору с собеседником. Причиной контрутверждений часто оказывается неумение быстро оценить ситуацию. Пагубной для беседы оказывается безудержная категоричность суждений, которая может уничтожить доброжелательность собеседника. В процессе беседы надо последовательно проводить основную мысль, нужно научиться слушать, выбирать правильные моменты для замечаний и делать их в тактичной форме, ненавязчиво аргументировать свои установки, проявлять самокритичность при обоснованных встречных замечаниях, терпеливо выслушивать собеседника и его возражения.

Случаи, когда приходится отвечать на возражения:

1. Нужно дать собеседнику самому ответить на свои собственные возражения и опровергнуть их. Для этого ненужно противоречить открыто, выслушав замечания, надо попытаться отвергнуть его косвенно; условно согласиться с тем или иным возражением; постараться выслушать несколько возражений, чтобы уловить главное и сразу ответить; резкие возражения следует повторить спокойным тоном.
2. Свою реакцию на слова собеседника нужно выразить кивком головы «ожидающим взглядом», короткими одобряющими замечаниями, повторением последних слов, сказанных собеседником, показывая, что мысль понята.
3. Бывают случаи, когда собеседник имеет ярко выраженное самомнение и склонность к спорам. В этом случае нужно дать ему выговориться, затем вернуться к этому вопросу, или ждать пока ваш собеседник не зайдет в тупик.
4. Также нужно обращать внимание на темп беседы и паузы. Это имеет большое значение, так как помогает выделить главное. Речь собеседников должна быть отчетлива и предельно ясна. Не стоит говорить слишком громко или слишком тихо. Первое – бестактно, второе – может заставить вашего собеседника многократно задавать один и тот же вопрос.
5. Решение всегда должно следовать за убеждением, так как в ином случае собеседник вместо изложения своих идей начнет критиковать вас или будет безучастно со всем соглашаться.

Окончание беседы. Как только точки зрения собеседника становятся ясны, можно беседу завершать.

**1.2 Деловой этикет**

Деловой этикет – это комплекс норм поведения выработанных многолетней международной практикой делового общения.

Деловым этикетом называется принятый порядок и форма обхождения в деловой сфере. Он основывается на всех видах этикета. Основными функциями делового этикета является формирование правил, способствующих взаимопониманию людей.

Этика (от греч, – обычай, нрав) – это учение о морали, нравственности. Термин «этика» впервые употребил Аристотель (384-322 до н.э.) для обозначения практической философии, которая должна дать ответ на вопрос, что мы должны делать, чтобы совершать правильные, нравственные поступки.

Деловой этикет богаче по своему содержанию, поскольку относится к данной категории как особенное к общему. У отечественных начинающих бизнесменов срывается множество выгодных сделок, особенно с иностранными фирмами, из-за того что они не знают правил делового этикета. Правила этикета, облаченные в конкретные формы поведения, указывают на единство двух его сторон: морально-этической и эстетической.

Первая сторона – это выражение нравственной нормы: предупредительной заботы, уважения, защиты.

Вторая сторона – эстетическая – она свидетельствует о красоте, изяществе форм поведения.

Этикет – это явление историческое. Правила поведения людей изменялись с изменениями условий жизни общества, конкретной социальной среды. Этикет возник в период зарождения абсолютных монархий. Придерживаться определенных правил поведения, было необходимо для возвеличивания важных особ, таких как: императоров, королей, царей, князей, принцев, герцогов и т.д. От знания этикета, выполнения его правил часто зависела не только карьера, но и жизнь человека. Этикет всегда выполнял и выполняет определенные функции.

Например, разделение по чинам, сословиям, знатности рода, званиям. Особенно очень строго соблюдались и соблюдаются до сих пор правила этикета в странах Дальнего и Ближнего Востока. В Россию вначале XVIII в. стал, усиленно внедрятся западный этикет. На русскую почву переносились одежда, манера и внешние формы поведения. За соблюдением этих правил боярами и дворянским сословием особенно и настойчиво, порой жестоко, следил сам царь Петр I. За их нарушения строго наказывали.

Общественный прогресс способствовал взаимопроникновению правил поведения, обогащению культур. Мир становился теснее. Процесс взаимного обогащения правилами поведения позволил выработать взаимоприемлемый, признаваемый в главных чертах этикет, закрепляемый в обычаях и традициях.

Этикет стал предписывать нормы поведения на работе, на улице, в гостях, на деловых и дипломатических приемах, в театре, в общественном транспорте. Но как в те давние времена, так и сейчас, правила делового этикета помогают сближению экономических и финансовых интересов торговых людей, бизнесменов. Прибыль была и остается выше всех различий национального характера, социального положения, психологических особенностей. Эти различия подчинялись этикету интересующей бизнесмена страны. Подчинение правилам игры определяющей стороны создавало основу для успеха сделки.

Правила поведения, которые нужно знать предпринимателю:

1. Прежде всего, следует помнить, что деловой этикет включает точное соблюдение правил культуры поведения, которая предполагает в первую очередь глубокое уважение человеческой индивидуальности.
2. Социальная роль, которую играет тот или иной человек, не должна оказывать гипнотического влияния на делового партнера.
3. Культурный предприниматель должен в равной степени уважительно относиться к рядовому техническому работнику министерства, президенту компании, фирмы то есть всем показывать искренне уважение.

Культура поведения в деловом общении немыслима без соблюдения правил вербального (словесного, речевого) этикета, связанного с формами манерами речи, словарным запасом, то есть со всем стилем речи, принятым в общении данного круга деловых людей. В деловом разговоре надо уметь дать ответ на любой заданный вопрос. В вербальном (словесном, речевом) общении деловой этикет предполагает применение различных психологических приемов. Один из них – это “формула поглаживания”. Это словесные обороты типа: “Удачи вам!” “Желаю успеха”.

* В речевом этикете деловых людей большое значение имеют комплементы – принятые слова, выражающие одобрение, положительную оценку деятельности в бизнесе, подчеркивающие вкус в одежде, внешности, сбалансированность поступков партнера, то есть оценка ума делового партнера. Комплимент, тем более, если вы имеете дело с партнером-женщиной, - необходимая часть речевого этикета. Во время делового общения всегда есть реальная возможность для комплиментов.
* Деловой этикет требует особого поведения в общении с клиентами. В каждом виде услуг, оказываемых клиентам, есть свои профессиональные тонкости в поведении. Но всегда надо помнить, что определяет отношения с клиентами самый главный принцип: клиент – самый дорогой и желанный человек в вашем офисе (магазине, предприятии).
* Важно также соблюдать определенные правила в отношении одежды и внешнего вида. Совсем необязательно надевать сверхмодный костюм. Важно, чтобы костюм был в приличном состоянии. Костюм должен быть к месту и ко времени. Так как хорошая одежда подчеркивает элегантность делового человека.
* Для бизнеса этикет значит очень много. Одежда, поведение предпринимателя, менеджера – это его визитная карточка. Мнение о госте начинают составлять заранее, собирая о нем информацию. Источниками информации служит поведение бизнесмена в пути к месту деловой встречи, поведение в гостинице, во время самой встречи.
* Соблюдение важнейших правил поведения с незнакомыми людьми – признак вашей респектабельности, воспитанности, уверенности в себе. Существует целый ряд правил поведения в различных видах транспорта. Долгое путешествие располагает к неторопливой беседе. Надо уметь вести ее. Прежде всего, не следует злоупотреблять вниманием попутчиков, не стремиться, как можно быстрее завладеть всеми сторонами беседы, не быть излишне говорливым: болтливость – признак дурного тона. Другая крайность – замкнутость, мрачный вид, нелюдимость.

Этика делового общения «по горизонтали».

Общий этический принцип общения «по горизонтали» то есть между коллегами (руководителями или рядовыми членами группы). Применительно к коллегам-управляющим следует иметь в виду, что найти верный тон и приемлемые нормы делового общения с равными по статусу сотрудниками. Вот несколько принципов этики делового общения между коллегами:

* Не требуйте к себе какого-либо особого отношения или особенных привилегий со стороны другого.
* Попытайтесь достичь четкого разделения прав и ответственности в выполнении общей работы.
* В отношениях между коллегами из других отделов вам следует отвечать самому за свой отдел, а не сваливать вину на своих подчиненных.

Не давайте обещаний, которые вы не сможете выполнить. Не преувеличивайте свою значимость и деловые возможности. Если они не оправдаются, вам будет неудобно.

**1.3 Письменные виды делового общения**

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

По содержанию общение может быть разделено на:

1. Материальное – обмен предметами и продуктами деятельности.
2. Когнитивное – обмен знаниями.
3. Мотивационное – обмен побуждениями целями интересами, мотивами, потребностями.
4. Деятельностное – обмен действиями, операциями, умениями, навыками.

По средствам общения возможно деление на четыре вида:

1. Непосредственное осуществляется с помощью, естественных органов данных живому существу;
2. Опосредованное связанное с использованием специальных средств и орудий;
3. Прямое предполагает личные контакты и непосредственное восприятие друг другом общающихся людей в самом акте общения;
4. Косвенное осуществляется через посредников, которыми могут выступать другие люди.

В психологической науке общения традиционно рассматривается как специфический вид совместной деятельности людей. Так в работах известного отечественного психолога Б. Г. Ананьева человек рассматривается как субъект трех основных видов деятельности: труда, познания и общения.

В структуре общения обычно выделяют: когнитивный (познавательный), аффективный (эмоциональный) и поведенческий компоненты.

Когнитивный компонент связан с объектом информации словесными (знаковыми) средствами. Аффективный компонент связан с объектом информацией на эмоциональном уровне. А поведенческий характеризует общение с позиции взаимной регуляции поведения и деятельности партнеров по общению.

**1.4 Совещания**

Деловое совещание – это способ привлечения коллективного разума к выработке более оптимальных решений выработанным вопросам возникающих в процессе совещания.

Деловое совещание определяет три задачи:

1. Сбор и переработка информации;
2. Координация деятельности служб, фирмы и сотрудников;
3. Принятие решения.

Во время совещания между подчиненными и руководителем происходит обмен информацией, принимаются управленческие решения. Совещания помогают связать то, чем занимается отдельный сотрудник, с работой других работников предприятия. Процесс управления при этом отношении сводится к трем основным стадиям:

1. Сбор и обработка информации;
2. Координация деятельности всех служб предприятия и всех его сотрудников;
3. Принятия решения.

Кроме того, что деловое совещание является способом привлечения коллективного разума к выработке оптимальных решений по актуальным и наиболее сложным вопросам, возникающим на предприятии, оно может решать важную учебно-воспитательную задачу. На совещаниях сотрудники учатся работать в коллективе, комплексно подходить к решению общих задач, достигать компромиссы, приобретать культуру общения и.п. Для некоторых предприятий деловое совещание – это единственная возможность видеть и слышать руководителей высших уровней управления. А для руководителя деловое совещание – это возможность показать свой талант менеджера.

Основные задачи, которые можно решить с помощью деловых совещаний:

1. Развитие и укрепление политики предприятия, и проведение ее в жизнь.
2. Интеграция мероприятий всех отделов и служб с учетом общих целей фирмы.
3. Выявление и расчет коллективных результатов.

Коллективное решение проблем учетом обучающего эффекта.

**1.5 Классификация деловых совещаний**

Деловые совещания представляют собой вид организации труда. Существует определенная классификация совещаний, которая зависит от следующих основных признаков:

1. По назначению:

* вырабатывающие и принимающие решения;
* разъясняющие и уточняющие задачи по реализации ранее принятых решений;
* подводящие итоги и дающие оценку принятым ранее решениям;
* оперативные (диспетчерские).

1. По периодичности (частоте) проведения:

* разовые;
* регулярные;
* периодические;

1. По количеству участников:

* узкий состав (до пяти человек);
* расширенные (до двадцати человек);
* представительные (свыше двадцати человек).

1. По степени стабильности состава участников совещания:

* с фиксированным составом;
* с приглашенными по списку, составленному для каждого совещания;
* комбинированные.

1. По принадлежности:

* общественных организаций;
* административные
* научные и научно-технические;
* объединенные.
* научные

**1.6 Планирование проведения совещаний**

Таблица 1 - Технология организации и проведения делового совещания

|  |  |
| --- | --- |
| Этапы | Элементы |
| 1. Подготовка. | * Определение целесообразности проведения совещания. * Определение повестки дня. * Определение состава участников. * Назначение даты и времени совещания. * Определение места проведения. * Подготовка участников совещания. |
| 2. Проведение. | Продолжительность совещания.   * Регламент * Протокол |
| 3. Подведение итогов и принятия решения. | Выводы:   * Определение тех, кто и в какие сроки должен выполнить определенный объем работ. * Определение формы подведения итогов совещания. * Принятие решения о широте информирования. |
| 4. Контроль над выполнением решения. | Способы выработки решения.   * Определение лиц, решения осуществляющих контроль. |

Проведение совещаний имеет четыре этапа:

Подготовка совещания. Совещание начинается с определения тщательности его проведения. Совещания проводятся, когда есть необходимость в обмене информацией, выявление мнений и альтернатив, анализе сложных (нестандартных) ситуаций. На этом этапе менеджер должен все проанализировать, все альтернативы этой формы работы. Это могут быть решения вышестоящего руководства, возможность решения вопроса по телефону, возможность объединения с другими (плановыми) совещаниями. В случае менеджер убедится в полезности совещания, то его можно проводить. Следующий элемент данного этапа это *определение повестки дня*. Здесь нужно определить: содержание обсуждаемых проблем и главную тему совещания, которая должна характеризовать его сущность.

При формировании повестки дня, как показывает практика, допускаются многочисленные ошибки со стороны менеджеров – организаторов совещаний.

Выделяют шесть групп ошибок:

1. Отсутствует главная тема совещания;
2. При наличии нескольких тем совещания нет обеспечения их точного разграничения и соответствующего аналитического обсуждения;
3. Участникам предварительно не разъяснена суть обсуждаемой проблемы;
4. В повестку дня включены вопросы разного объема и разнообразного содержания, поэтому есть угроза, что совещание может превратиться в обсуждение или в ссору между отдельными участниками или группами;
5. На совещании обсуждаются проблемы и вопросы, которые можно решить в рабочем порядке;
6. Не удается придерживаться повестки дня. Участники отступают от нее и рассматривают стихийно возникшие побочные темы или какую-либо проблему, которая существует на данном предприятии постоянно.

Состав участников. Менеджер должен очень внимательно подойти к формированию списка состава участников, подумать как о количественном, так и качественном составе.

Количественный состав. Оптимальным считается такое количество участников совещания, которое совпадает с количеством работников, активно участвующих в обсуждении вопроса. При этом основным критерием является компетентность в вопросах повестки дня. Самой распространенной ошибкой является приглашение наибольшего количества участников, которое может уместиться в зале заседаний, то есть массовое приглашение.

Качественный состав. К участию в совещании должны привлекаться только те должностные лица, которые наиболее компетентны в обсуждаемой проблеме.

Назначение дня и времени проведения совещания. Для проведения совещания отводится один определенный день в неделю. Это позволяет его участникам правильно спланировать свое рабочее время и надлежащим образом подготовиться к совещанию. Совещания лучше проводить во второй половине дня, по теории биоритмов известно, что у человека в течение рабочего дня есть два пика повышенной работоспособности: первый с 11 до 12 часов и второй – между 16 и 18 часами. Совещания удобней всего проводить в конце рабочего дня или в конце рабочей недели, так как будет намного лучше.

Основные ошибки, допускаемые при проведении совещаний:

* не регламентируется его продолжительность;
* не соблюдается установленная продолжительность;
* слишком большая продолжительность;
* не делаются перерывы;
* не ограничивается время на доклады и выступления;
* участники не умеют кратко и ясно излагать свои мысли.

Местом для проведения значительной части (более 70%) деловых совещаний является кабинет руководителя организации. В настоящее время на предприятиях есть специально оборудованные для совещаний помещения. Существуют определенные требования к оснащению таких помещений. Например, такое помещение должно иметь хорошую звукоизоляцию, нормальную температуру и влажность воздуха, вентиляцию, удобную для работы мебель и оргтехнику.

Подготовка участников совещания. Менеджер – организатор совещаний должен заблаговременно ознакомить всех участников с повесткой дня и необходимыми материалами. Каждый участник должен заранее знать тематику и задачи совещания. В этом и состоит залог эффективного проведения совещания, так как все его участники будут надлежащим образом к нему подготовлены.

1. Проведение совещания. Время на проведение совещания составляет 40-45 минут. Во время проведения совещания должны даваться несколько минут для отдыха, где-то 10-15 минут. Спустя 50 минут у участников совещания начинает ослабляться внимание, проявляется усталость, утомление. После 90 минут работы внимание и интерес к обсуждаемым проблемам падают. Данный этап специалисты называют периодом отрицательной активности. Оптимальная продолжительность совещания не должна превышать 1 часа.

*Регламент – это порядок ведения заседания, собрания, совещания.* Произошло это слово (от лат. regula – что означает правило). Кроме вышеназванного, это слово имеет еще значения: устав, свод правил, порядок работы учреждения. В случае, если регламент до начала совещания не установлен, существует опасность возникновения неделовой обстановки на самом заседании.

*Протокол совещания - это первичный, официальный документ, составленный по определенной форме и содержащий запись выступлений участников совещания, собрания, заседания и принятые ими решения.* На основании данного документа руководство имеет право требовать от сотрудников выполнения порученных им заданий. Собрание назначает или выбирает секретаря, который фиксирует в протоколе по поручению собрания наиболее важные моменты:

1. Достижение цели совещания;
2. Решение;
3. Исполнители задания и сроки.

Далее ниже приводятся те позиции, которые должны быть отражены в протоколе делового совещания:

1. Дата и место проведения;
2. Номер протокола;
3. Краткое содержание обсуждаемого вопроса;
4. Присутствовали;
5. Отсутствовали, причины отсутствия;
6. Копии (фамилия тех, кому предназначены);
7. Повестка дня по пунктам;
8. Тема по пункту повестки дня;
9. Обсудили (кто выпустил);
10. Постановили (сообщается, что именно);
11. Выполнения решения возложено на (фамилия);
12. Сроки исполнения (дата).
13. Подведение итогов и принятие решения. Обычно решения на деловом совещании принимаются всеми вместе. Эффективность этого решения зависит от того, насколько каждому участнику совещания удалось включить свои идеи и соображения в общее решение. Подводятся итоги совещания и делаются выводы. Определяются и те, кто и в какие сроки должны выполнить определенный объем работ. Определяются сотрудники, которые будут выполнять задания. Сроки, в течение которых должны быть выполнены задания. Формы подведения итогов совещания (рассылка протокола или его части, выписка из протокола). Принятие решения о широте информирования. Его может принимать весь коллектив или отдельная его часть, отдельное подразделение.

Решения могут вырабатываться двумя способами:

* Специально избранная комиссия по подготовке решения заранее составляет его проект. Проект зачитывается. Участники совещания вносят свои корректировки и принимают его по результатам голосования.
* Председатель собрания подводит итоги обсуждение и формирует решение.

Контроль над выполнением решения. На этом этапе совещания, определяются лица, которые будут осуществлять контроль. Потому что без претворения решения в жизнь и контроля над этим процессом любое деловое совещание становится бессмысленным.

**2. Типы собеседников**

Абстрактный собеседник – это тип людей, воображаемая психологическая модель, отражающая определенные характерные свойства, которые имеют значение для подготовки и проведения деловой беседы.

Для классификации типов деловых, но абстрактных собеседников используются следующие критерии:

* компетентность, то есть обладание знаниями, позволяющими судить о предмете разговора, умение высказывать веское, авторитетное мнение по вопросу, обсуждаемому в ходе деловой беседы;
* откровенность;
* искренность;
* владение приемами общения с другими участниками беседы;
* заинтересованность в теме и успехе беседы.

Классификация абстрактных типов собеседников.

Вздорный человек (нигилист). Характеристика: часто выходит за рамки темы деловой беседы; в ходе деловой беседы нетерпелив, несдержан и возбужден; часто своей позицией и подходом неосознанно провоцирует собеседников на то, чтобы они не соглашались с его аргументами и выводами.

Рекомендации по общению во время беседы:

* следует постараться обсудить с ним возможные споры моменты заранее, до начала групповой беседы;
* не терять хладнокровия и уверенности в собственной компетентности;
* стараться включать в формулировки решения его слова;
* прежде чем отклонить его решение, предоставить другим собеседникам возможность опровергнуть его;
* постараться установить с ним контакт, сделать его своим сторонником;
* беседуя с ним с глазу на глаз, применять нерефлексивное слушание, чтобы понять истинные причины его негативной позиции;
* в критический момент приостановить групповую беседу, чтобы дать ему остыть.

Позитивный человек. Характеристика: среди всех типов абстрактных собеседников этот самый приятный тип делового партнера. Всегда стремится к сотрудничеству при проведении дискуссии.

Рекомендации по общению во время беседы:

* следует побуждать такого собеседника к активному участию в дискуссии;
* нужно стараться, чтобы остальные участники беседы разделяли его позитивный подход к решению дискуссионных вопросов;
* следует в критических ситуациях искать помощи и поддержки именно у него.

Всезнайка. Характеристика: труден в общении, всегда уверен в том, что знает все лучше других, любит навязывать свою точку зрения, обо всем имеет свое мнение, постоянно требует слова.

Рекомендации по общению во время беседы:

* посадить его рядом с ведущим беседу;
* время от времени напоминать ему, что другие тоже должны высказаться;
* предоставить ему возможность резюмировать, формулировать промежуточные заключения;
* иногда задавать ему сложные специальные вопросы, на которые в случае необходимости может ответить кто-нибудь из участников беседы.

Хладнокровный, неприступный. Характеристика: замкнутость, чувствует себя и держится отчужденно, не включается в деловую беседу, создавая впечатление у участников беседы, что это кажется ему недостойным его внимания и усилий.

Рекомендации по общению во время беседы:

* любым способом заинтересовать его в участии в обсуждении проблемы;

Незаинтересованный. Характеристика: тема беседы такого собеседника не интересует. Он как бы «спит» во время беседы и безразличен к обсуждению.

Рекомендации по общению во время беседы:

* следует задавать ему вопросы информативного характера, постепенно вовлекая его в беседу;
* нужно, выясняя точку зрения такого собеседника, избегать вопросов, при ответе на которые можно ограничиться словами, *да* и *нет*;
* следует задавать ему вопросы по теме разговора из той области, в которой он считает себя наиболее компетентным.

Важная птица. Характеристика: абсолютно не выносит критики – ни прямой, ни косвенной. Чувствует и ведет себя как личность, стоящая выше остальных.

Рекомендации по общению во время беседы:

* нельзя позволять ему разыгрывать роль гостя;
* следует время от времени просить высказываться по какому-либо вопросу всех собеседников поочередно;
* не показывать свое раздражение по поводу манеры поведения такого собеседника;
* следует до определенного момента соглашаться с таким собеседником, чтобы уменьшить его желание противоречить и подготовить его к контраргументации.

Болтун. Характеристика: часто бестактно и без видимой причины прерывает ход беседы, не обращает внимания на время, которое тратят все участники беседы на выслушивание его пространных высказываний.

Рекомендации по общению во время беседы:

* следует, как и всезнайку, посадить его поближе к ведущему беседу или к другому авторитетному собеседнику;
* в случае если он начнет отклоняться от темы разговора, его нужно остановить, применяя для этого резюмирующие высказывания;
* если такой собеседник отклонится от темы разговора еще дальше, то его следует спросить, в чем он видит связь с предметом обсуждения того, о чем он говорит;
* нужно заранее ограничить время отдельных выступлений и всей беседы в целом, обязательно установить регламент.

Трусишка. Характеристика: недостаточная уверенность в себе при публичных выступлениях, такой собеседник охотнее промолчит, чем скажет что-нибудь такое, что, по его мнению, может показаться другим глупым или даже смешным.

Рекомендации по общению во время беседы:

* с таким собеседником стоит обходиться особенно деликатно;
* нужно задавать ему ясные, конкретные вопросы;
* следует продемонстрировать по отношению к нему доброжелательность, заинтересованность. Нужно способствовать тому, чтобы он развил свое замечание;
* в случае если такой собеседник решился заговорить, нужно применять нерефлексивное слушание и побуждать к этому других участников беседы;
* следует помогать, такому собеседнику формулировать мысли, используя прием выяснения;
* можно специально подчеркивать все позитивные моменты его высказываний, но не делать этого свысока.

**3. Этапы и фазы делового общения**

Анализ структуры делового общения менеджера и его динамики позволяет выделить четыре этапа.

1. *Этап профессионального общения – познание и составление первичного психологического портрета взаимодействующего с менеджером человека.* Психологическая информация о другом человеке зависит от конкретной ситуации общения и отражения его личностных свойств, степени знакомства с ним, наличия определенных сведений о нем в характеристиках и рассказах других работников. При непосредственном наблюдении за человеком являются его вербальные и невербальные акты поведения:

* речь и ее содержание, направленность, логичность, продолжительность, экспрессивность, особенности лексики, грамматики, фонетики;
* выразительные движения, мимика и жесты, экспрессия лица;
* движения, перемещения и позы человека, дистанция между людьми, сближение, соприкосновение;
* физическое воздействие на другого человека (касание, похлопывание, поглаживание, поддержка, совместные действия, отталкивание, толчки, удары).

Важное значение для составления психологического портрета имеет анализ внешнего облика собеседника: манера одеваться, аккуратность в ношении одежды, следование моде или ее игнорирование, подражание в ношении одежды другим людям. При составлении первичного психологического портрета сотрудника рекомендуется ориентироваться на следующие параметры личности:

* направленность (потребности, мотивы, жизненные концепции и планы, ценностные ориентации, установки, склонности, желания, вкусы);
* операционные особенности поведения (знания, умения, навыки, привычки, жизненный и профессиональный опыт, стереотипы поведения);
* психохарактерологические качества, выражающие отношения к различным сторонам действительности;
* психические свойства и процессы (особенности процессов и свойств интеллектуальной, познавательной и эмоционально-волевой сфер личности);
* социально-психологические особенности поведения (социальный и межличностный статус, роли, стиль жизни и работы, культура коммуникативного поведения и стиль общения, социально-психологические качества личности).

Основными способами построения психологического портрета в процессе делового общения могут выступать: эмпатия, рефлексия, стереотипизация, индивидуализация.

* Эмпатия: как способ психологического анализа позволяет проникнуть в эмоциональное состояние людей, взаимодействующих в той или иной жизненной ситуации.
* Рефлексия: основывается на познании и оценке менеджером своей позиции и размышлениях о позиции другого человека, в ходе его мыслей, ближайших и перспективных планах поведения.
* Стереотипизация: строится на основе переноса выявленных в практике общения менеджера типичных способов поведения, типичных свойств той или иной личности на конкретную ситуацию взаимодействия.
* *Индивидуализация – это способ анализа поведения и черт личности человека, в основе которого находится выявление особых психологических примет, индивидуальных особенностей деятельности, его умении и навыков.*
  1. Этап профессионального общения – создание соответствующих условий и психологических предпосылок эффективных коммуникаций. Важнейшей психологической предпосылкой эффективного общения является выявление основной репрезентативной системы взаимодействующего с менеджером человека и опора на нее в процессе непосредственного контакта.

По мнению-Д. Гриндера и Р. Бендлера, создателей теории нейролингвистического программирования, существует три основных канала, через которые люди получают информацию об окружающем мире: зрение, слух и кинетическое чувство. У каждого человека есть наиболее развитая репрезентативная система, которая может отличаться от репрезентативной системы другого человека.

1. Этап профессионального общения – непосредственный контакт менеджера с другими лицами. Его цель – получение определенной информации и воздействие на партнера. Этот этап общения важен для устранения противоречий, непонимания и разногласий, решения вопросов согласованности.
2. Этап профессионального общения – осознание менеджером результатов и последствий контактов.

В деловом общении выделяются несколько фаз:

Наиболее ответственной фазой является *(подготовка делового общения, которое надо планировать, правильно выбрав место и время) определить для себя установки на результаты общения.*

Далее собственно наступают фазы общения. Первой из них является *(вхождение в контакт).* В этой фазе менеджер должен почувствовать состояние, настроение партнера, освоиться сам и дать возможность сориентироваться собеседнику – это самонастройка. Здесь очень важно сразу расположить партнера к себе и обеспечить ровное начало общения. Этот период завершается установлением психологического контакта.

Следующая фаза – *(концентрация внимания) на чем-то, какой-то проблеме, задаче сторон и разработке темы.* Здесь выделяют мотивационный зондаж. Он производится с целью понять мотивы собеседника и выявить его интересы.

Далее наступает фаза (*аргументации и убеждения*). Она имеет место, если есть расхождение во мнениях.

Последней фазой является фаза (*фиксации результата*). Менеджер должен уметь почувствовать тот момент в общении, когда тема исчерпана или собеседник проявляет беспокойство. В этом случае необходимо завершать общение. Этот момент еще называют критическим. Но завершать деловое общение нужно так чтобы была перспектива продолжения, потому что разрыв отношений это конец контактов. Разрыв отношений для менеджера означает упущенные возможности. Менеджер в любой деловой беседе должен знать три аспекта (*деловой, личный и динамику развития беседы*).

**4. Техника телефонных переговоров**

Телефонные средства связи прочно вошли в нашу жизнь, и, прежде всего в деловую сферу. Разговаривать по телефону – искусство. Один телефонный звонок может сделать больше, чем несколько представительных бесед. Очень важно правильно общаться по телефону, используя это эффективное средство связи людей. 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 другой город для выяснения каких-либо обстоятельств.

Иногда можно неправильно использовать такой удобный и привычный способ связи, как телефон. Многие люди в иных ситуациях неоднократно совершает базовые и серьезные ошибки при пользовании телефоном, даже, несмотря на тот факт, что по оценкам специалистов, более 75% деловых вопросов решается по телефону. То есть это означает, что по телефону может быть уничтожена существенная часть бизнеса.

Искусством общения по телефону овладевает каждый. Чтобы научиться правильно, говорить по телефону можно ходить на специальные курсы, изучать различные методические пособия, такие как этика телефонных переговоров и т.д.

У телефонного разговора по сравнению с письмом есть одно важное преимущество: он обеспечивает непрерывный двусторонний 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 приводит к значительным потерям рабочего времени (до 20-30%). Так утверждает американский менеджер А. Макензи. Среди 15 главных причин потерь времени бизнесменом, менеджером он поставил на первое место телефонные разговоры. Психологи отмечают, что продолжительность телефонных разговоров зависит от их эмоциональной окраски.

Известно также, что при телефонном разговоре наблюдается такое явление, как пресыщение общением. Оно может явиться источником напряженности между сторонами. Во время разговора нужно соблюдать меру. Иначе может потеряться смысл общения и возникнуть конфликт. Признаки пресыщения общением: возникновение и усиление беспричинного недовольства партнером, раздражительность, обидчивость.

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 организаций или нужных лиц, календарь, авторучку, бумагу.

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. 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. Поэтому можно сделать выводы о том, что эффективность делового телефонного общения зависит от эмоционального состояния человека, от его настроения.

При подготовке к деловой беседе по телефону нужно постараться ответить на следующие вопросы:

1. Какую главную цель вы ставите перед собой в предстоящем телефонном разговоре;
2. можете ли вы вообще обойтись без этого разговора;
3. готов ли к обсуждению предлагаемой темы собеседник;
4. уверены ли вы в благополучном исходе разговора;
5. какие вопросы вы должны задать;
6. какие вопросы может задать вам собеседник;
7. какой исход переговоров устроит (или не устроит) вас, его;
8. какие приемы воздействия на собеседника вы можете использовать во время разговора;
9. 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 нужно потратить 3-5 минут на анализ содержания и стиля разговора. Понять причину своих ошибок.

**4.1 Этические нормы телефонного разговора**

Телефонный звонок является одним из инструментов делового общения, поэтому необходимо помнить обо всех его характеристиках упомянутых выше. Кроме того, особенности общения по телефону вызывают ряд часто встречающихся ошибок, снижающих эффективность делового контакта, и налагают дополнительные требования его участников.

Главные требования культуры общения по телефону – краткость (лаконичность), четкость и ясность не только в мыслях, но и в их изложении. Разговор должен проводиться без больших пауз, лишних слов, оборотов и эмоций.

Ваш собеседник, говорящий с вами по телефону не может оценить, ни во что вы одеты, ни выражения вашего лица, ни интерьера помещения, где вы находитесь, ни других невербальных аспектов, которые помогают судить о характере общения. Однако есть невербальные стимулы, которыми можно манипулировать в общении по телефону, к ним относятся: момент, выбранный для паузы, и ее продолжительность молчания, интонация, выражающая энтузиазм и согласие. Джон Югер выделил такие наиболее важные принципы этики общения по телефону:

* если там, куда вы звоните, вас не знают, уместно со стороны секретаря, попросить вас представиться и узнать по какому поводу (вопросу) вы звоните. Нужно назвать себя и кратко изложить причину звонка.
* если вы звоните человеку, который просил вас перезвонить, а его не оказалось на месте или он не может подойти, попросите передать, что вы звонили. Потом нужно позвонить еще раз или сказать когда и где вас можно будет найти.
* когда разговор предстоит длительный, назначьте его на такое то время, когда можно быть уверенным, что у вашего собеседника достаточно времени на беседу.
* никогда нельзя говорить с набитым ртом по телефону с деловым человеком или вообще.
* если звонит телефон, а вы в это время говорите по другому аппарату, то нужно постараться закончить первый разговор, а уж потом обстоятельно поговорить со вторым собеседником. Обычно нужно спросить у второго собеседника, по какому вопросу он звонит и кого позвать.

Существуют и другие правила общения по телефону:

* Отвечая на телефонный звонок, обязательно назовите свою фамилию, должность и организацию, которую вы представляете;
* Нужно говорить коротко и четко так чтобы вас могли слышать и понимать;
* Внимательно слушать и стараться не перебивать сказанное, не прерывайте собеседника в середине фразы, не проявляйте нетерпение в разговоре с ним;
* Имейте под рукой все необходимое, чтобы записать важную информацию.

Следующие наиболее распространенные ошибки телефонных переговоров:

* Расплывчатая цепь разговора;
* Отступление от главной темы и затрагивание переговоров;
* Не устанавливается наиболее благоприятное для звонка время;
* Агрессивный звонок без извинений, не подготовленный заранее;
* Отсутствует правильное интонирование речи;
* Слишком быстрый темп разговора (собеседник может быть уверен, что вы торопитесь);
* монолог вместо диалога, отсутствие обратной связи;
* Отсутствие финала выводов.

**Вывод**

По изученной мною темы можно сделать вывод, что деловое общение это процесс взаимодействия между двумя или более людьми, которые обмениваются важной информацией в сфере их профессиональной деятельности. Деловое общение очень полезно в сфере бизнеса, потому как бизнес это профессиональная деятельность, в сфере которой люди устанавливают друг с другом контакт для получения важной информации, чтобы в дальнейшем строить планы, поднимать свой карьерный рост, повышать квалификацию, для того чтобы добиться намеченной цели.

Тема делового общения очень распространена и актуальна, она затрагивает множество сфер общения, такие, к примеру, как: деловое общение по телефону, деловое общение в письменном виде, деловое общение по Интернету. Но самая важная сфера общения, которую затрагивает эта тема на сегодняшний день это деловое общение по телефону. Потому что многие люди занимающиеся бизнесом в основном большую часть деловых вопросов, проблем, а также деловых встреч решают и назначают по телефону. По оценкам многих специалистов, утверждено, что более 75% деловых вопросов решается именно по телефону.

Деловое общение также играет важную роль и для менеджера. В его сфере деятельности оно очень необходимо, так как менеджер должен, во-первых, уметь правильно проводить деловые совещания, кроме того, менеджер – организатор совещаний должен уметь подготовить и ознакомить всех участников совещания с их повесткой дня. Проводить различные деловые сделки, должен уметь проводить переговоры с деловыми людьми, организовывать задачи, проводить разного рода мероприятия. Иногда менеджер должен уметь принимать правильные, а в некоторых случаях нестандартные решения.

В деятельности менеджера самую важную роль играет деловой этикет, от того, как и насколько он хорошо владеет им может во многом зависеть его карьера в будущем. Потому как менеджмент это очень квалифицированная профессия, в ходе которой менеджер должен соблюдать культуру делового общения, которая немыслима без соблюдения правил вербального, словесного и речевого этикета. Хорошие манеры прибыльны (это один из важнейших постулатов серьезного бизнеса во всем мире). Менеджер должен связанно владеть манерами речи, словарным запасом, в кругу деловых людей должен уметь правильно подбирать слова. Почему же деловой этикет так важен в сфере профессиональной деятельности, потому что, во-первых, он помогает сближению экономических и финансовых интересов торговых людей, бизнесменов. Во-вторых, менеджеру, предпринимателю для деловых совещаний, мероприятий и деловых встреч, нужно надевать соответствующую одежду. Так как хорошая одежда должна подчеркивать элегантность делового человека.

**Список используемой литературы**

1. Андреев И.А. Этика деловых отношений. Издательство “Вектор” Санкт-Петербург 2005 год.
2. Мальханова И.А. Деловое общение. Проект Москва Трикста 2005 год.
3. Мери Митчелл Джон Корр. Деловой Этикет “Шаг за шагом”.
4. И.Н. Курочкина “Этикет для детей и взрослых”.
5. Драчева Е.Л., Юликов Л.И. Менеджмент учебник для ССУЗОВ – М.: Москва 2002 год.
6. Казначевская Г.Б. Менеджмент – М.: феникс 2008.