

Федеральное агентство по образованию
АМУРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ГОУВПО «АмГУ»

УТВЕРЖДАЮ

Зав.кафедрой МиП

_____ Е.И.Красникова

«__» _____ 2007г.

ДЕЛОВОЕ ОБЩЕНИЕ

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЙ КОМПЛЕКС ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Для специальности 080507 - «Маркетинг»

Составитель: Л.И.Рубаха

Благовещенск

2007

Печатается по решению
редакционно-издательского совета
экономического факультета
Амурского государственного
университета

Л.И.Рубаха

Учебно-методический комплекс по дисциплине «Деловое общение» для студентов очной и заочно-сокращенной форм обучения специальности 080507 «Менеджмент». – Благовещенск: Амурский гос.ун-т, 2007. – 50 с.

Учебно-методические рекомендации ориентированы на оказание помощи студентам очной и заочно-сокращенной форм обучения по специальности 080507 «Менеджмент» для формирования специальных знаний по деловому общению

Содержание

1. Цели и задачи дисциплины	4
2. Требования к уровню освоения дисциплины	4
3. Объем дисциплины	5
4. Содержание курса	6
5. Темы практических и семинарских занятий	8
6. Задания для самостоятельной работы студентов	41
7. Методические указания по написанию контрольной работы	42
8. Вопросы для подготовки к зачету	44
9. Учебно-методическое обеспечение дисциплины	46
Приложение	50

1. Цели и задачи дисциплины

1.1. Цель изучения дисциплины – получение теоретических знаний и практических навыков в области делового общения специалистов по маркетингу.

1.2. Задачи дисциплины:

- использование теоретических навыков делового общения в профессиональной деятельности маркетолога;
- освоение средств делового общения;
- овладение навыками организации и планирования деловых переговоров.

1.3. Изучение дисциплины основывается на знаниях студентов полученных при изучении «Русского языка и культуры речи», «Философии». Дисциплина «Деловое общение» обеспечивает последующее изучение дисциплин специализации.

2. Требования к уровню освоения дисциплины

Дисциплина «Деловое общение» является дисциплиной по выбору студентов, устанавливаемых вузом в блоке «Общих гуманитарных и социально-экономических дисциплин» специальности 080507 «Менеджмент».

Государственный стандарт по дисциплине отсутствует.

Программа курса предусматривает изучение социально-психологических особенностей и средств делового общения, организации деловых переговоров, в т.ч. с зарубежными партнерами, особенностей делового этикета и конфликтов в деловых отношениях.

В процессе изучения дисциплины «Деловое общение»

Студент должен знать:

- особенности, функцию и структуру делового общения;
- классификацию средств делового общения;
- процедуру планирования деловых переговоров;

- организацию деловых контактов с зарубежными партнерами.

Студент должен уметь:

- эффективно использовать вербальные и невербальные средства делового общения;
- осуществлять подготовительную работу по организации переговоров;
- применять в практической деятельности основные тактические приемы ведения переговоров;
- выявлять причины конфликтов в деловом общении и использовать мероприятия по их преодолению.

Формы учебной работы

- лекции;
- практические занятия;
- деловые и ролевые игры;
- тестирование.

Формы контроля знаний

- экспресс-опрос;
- письменный опрос;
- зачет.

3. Объем дисциплины

Тематика лекционных занятий

Наименование темы	очно	заоч.-сокр.	Самост.
1. Предмет, основные категории и задачи психологии и этики делового общения. Функции общения.	2	1	-
2. Стороны общения	4	3	-
3. Виды общения.	2	-	2
4. Деловое общение	2	1	
5. Организация и проведение деловых бесед	4	2	8
6. Организация и проведение презентаций	4	1	8
7. Организация и проведение совещаний	4	1	2
8. Организация и проведение переговоров	6	1	8
9. Конфликты в деловом общении	4	-	2
10. Деловая этика и деловой этикет	4	-	8
ИТОГО	36	10	38

4. Содержание курса

1. Предмет, основные категории и задачи психологии и этики делового общения. Функции общения.

Основные принципы и понятия дисциплины "Деловое общение". Важнейшие принципы психологии: детерминизма, системности, развития. Категории: психология личности, психология общения, психология рабочей группы. Этические правила и нормы.

Русские мыслители о духовно-нравственных аспектах хозяйственной деятельности. О духовно-нравственном потенциале развития рыночных отношений в современной России. Приоритет психологического аспекта в трехмерной модели управления.

Функции общения: креативная, коммуникативносвязующая, личностноформирующая, психотерапевтическая и др.

2. Стороны общения

Три составляющие стороны общения: перцептивная, коммуникативная, интерактивная. Ошибки в восприятии собеседника, методы восприятия. Вербальные средства общения. Невербальные средства общения: кинесика, проксемика, просодика и экстралингвистика, такесика. Значение невербальных средств. Коммуникативная модель вербального общения. Трансактный анализ Э.Берна.

3. Виды общения.

Характеристики основных видов общения. Монологическое, императивное, манипулятивное общение. Типы манипуляторов. Принципы диалогического общения К.Роджерса.

Виды общения выделяемые В.Н.Лавриненко.

4. Деловое общение

Понятие, особенности и основные этапы делового общения. Стратегии общения. Основные этапы делового общения: установление контакта, этап организации, обсуждение проблемы, принятие решения, выход из контакта.

Психологическое и эстетическое содержание профессионального общения.
Национальные особенности делового общения.

5. Организация и проведение деловых бесед

Понятие и условия проведения деловой беседы. Система подготовки, план, структура и содержание деловой беседы. Приемы начала беседы. Цели, основы и техника передачи информации. Техника и тактика аргументации в деловой беседе. Основные задачи и тактические приемы завершения деловой беседы.

6. Организация и проведение презентаций

Виды презентаций. Цели и задачи презентации. Подготовка к проведению презентации. Требования к наглядному материалу. Проведение презентации.

7. Организация и проведение совещаний

Сущность и классификация совещаний. Подготовка к совещанию. Цели и функции руководителя совещания. Роли участников совещания.

8. Организация и проведение переговоров

Понятие и отличительные особенности деловых переговоров. Виды переговоров. Стили проведения коммерческих переговоров. Подготовка к проведению переговоров. Основные методы подготовки к переговорам. Содержательная сторона подготовки к переговорам. Основные этапы переговорного процесса. Тактика проведения переговоров. Методы проведения переговоров. Основные структурные элементы тактики переговоров. Тактические приемы. Психологические аспекты переговоров. Особенности проведения переговоров по экспорту и импорту. Национальные особенности переговоров с партнерами из КНР, Кореи, США, Японии.

9. Конфликты в деловом общении

Сущность и виды конфликтов. Структура конфликта. Причины конфликтов. Общие стадии протекания конфликта. Основные стили поведения при конфликте. Особенности межгруппового и межличностного конфликтов. Исходы конфликтов. Основные этапы разрешения конфликтов. Пути преодоления и методы разрешения конфликтов.

10. Деловая этика и деловой этикет

Природа и сущность этики деловых отношений. Основные принципы этики деловых отношений. Декларация Ко "Принципы бизнеса". "Двенадцать принципов ведения дела в России".

Понятие, виды и правила этикета. Составные части делового этикета. Этикет и имидж делового человека.

5. Темы практических и семинарских занятий

Наименование темы занятия	Объем часов
1. Этикет делового человека	2
2. Вербальные средства делового общения. Умение слушать.	2
3. Оценка уровня деловых и коммуникативных качеств.	2
4. Эффективность использования невербальных средств делового общения.	2
5. Подготовка публичного выступления.	2
6. Подготовка и проведение презентации.	2
7. Подготовка и проведение совещания.	2
8. Организация и анализ деловых переговоров.	2
9. Особенности реагирования в конфликтных ситуациях.	2
Итого	18

Тема 1. Этикет делового человека

Вопросы к семинару

Этикет и имидж делового человека.
Визитная карточка.
Этикет приветствий и представлений.
Внешний облик делового человека.
Поведение в общественных местах.
Этикет деловых приемов.
Правила вручения подарков.

Выполнение практических заданий:

«Рукопожатие - визитка менеджера»

Студентов просим поздороваться друг с другом попарно и прокомментировать свои ощущения по параметрам:

- доброжелательность - вынужденность;
- теплота - холодность;
- превосходство - зависимость;
- открытость - замкнутость.

«Символика»

Каждому из вас предстоит придумать себе три символических атрибута: во-первых, псевдоним, во-вторых, именной отличительный знак, и, в-третьих, девиз. Именной отличительный знак должен быть нарисован на листке. Он должен быть достаточно прост и символичен. Девиз должен быть кратким и образным. Итак, псевдоним, отличительный знак и девиз. Например, псевдоним - «Дядя Вася», отличительный знак - лопата, девиз - «Рою глубоко». Если задание понятно, можно приступать к работе.

Теперь каждый выступает и знакомит всех со своим творчеством, которое отражает его личностную характеристику.

Преподаватель задает вопросы: «Насколько удачны были выбраны символические атрибуты каждым из участников группы? Насколько полно отражают они внутренний мир человека?»

По пятибалльной системе проставьте оценку каждому участнику по совокупности выбранного им псевдонима, именного знака и девиза. Итак, пускаем лист со своей фамилией по кругу, все по очереди выставляем на них свои оценки.

Подсчитайте суммарный балл и установите, кто смог лучше выразить себя в такой символической форме.

Литература:

1. Кибанов А.Я., Захаров Д.К., Коновалова В.Г. Этика деловых отношений: Учебник/ Под ред. А.Я.Кибанова. – М.: ИНФРА-М, 2002. – с. 274-329.
2. Кузин Ф.А. Культура делового общения: Практическое пособие - 5-е изд., перераб. и доп. – М.: Ось-89, 2000. – с.63-137.
3. Колтунова М.В. Деловое общение: Нормы, риторика, этикет: Учеб. пособие. – Изд. второе, доп. – М.: Логос, 2005. – с.253-290.

Тема 2. Вербальные средства делового общения. Умение слушать.

Вопросы для обсуждения:

Комплимент как психологический прием влияния на партнера. Три вида комплиментов. Правила комплиментов. Пейсинг и правила его применения. Приемы понимания собеседников.

Стили и типы слушания. Правила слушания. Выслушивание собеседника как психологический прием.

Задание I. Тренировка умения выразить главную мысль рассказчика.

Преподаватель читает маленькую заметку из газеты. Задача слушателей — дать такое название заметке, которое выражало бы ее суть. После нескольких примеров можно перейти к большей по объему информации. Ее суть можно выразить тремя предложениями.

Задание II. Тренировка внимательности при слушании, умения выделить главное.

В упражнении участвуют несколько человек, они выходят за дверь. Остальные следят за экспериментом.

Преподаватель, обращаясь к одному из слушателей, находящихся в комнате, произносит текст, состоящий из нескольких смысловых единиц. Затем приглашается один из находящихся за дверью. Первый слушатель говорит этот текст для вошедшего, тот затем — для другого вошедшего и т.д. Последний из участников произносит этот текст для всей группы (обычно под общий хохот). Участников эксперимента должно быть не более пяти, иначе сложно установить, в какой момент произошла потеря или искажение информации, причины этого (увлеченность малозначащими деталями, невнимательность и т.п.).

Пример текста: «Администратор страховой компании говорит агенту: "Звонил ваш клиент. Он уезжал и поэтому не позвонил раньше. Приехал и нашел у себя в почтовом ящике приглашение от другого агентства. Но он намерен сотрудничать с нами. Сейчас ему снова надо срочно уехать, и он боится, что за это время отключат телефон, так как он не успеет его оплатить.

Поэтому он придет к нам без звонка 20 октября в 10 часов для заключения договора. Пропри- сил подготовить все необходимые документы».

Задание III. Отработка приемов активного слушания в процессе игровой ситуации «Интервью».

Слушателям предлагается вопрос, имеющий проблемный характер. Даются варианты возможных ответов. В течение 5 минут следует определить свою позицию по вопросу, продумать аргументы. Затем преподаватель приглашает «для интервью» двух слушателей, мнения которых расходятся. Один из них объявляется «журналистом», другой — «компетентным собеседником».

Задача «журналиста» — выяснить мнение собеседника по данному вопросу, используя приемы активного слушания. Задача «компетентного собеседника» — вести себя естественно. Выбираются четыре «эксперта», которые будут внимательно следить за общим ходом беседы и отвечать на предложенные преподавателем вопросы.

Остальные слушатели объявляются «телезрителями». Они не должны вмешиваться в ход беседы, их задача — внимательно следить за ходом интервью и дополнять «экспертов».

Вопросы «экспертам» (раздаются каждому): 1. Как вы оцениваете поведение «журналиста» на этапе выслушивания: был ли он внимателен, отражал ли чувства собеседника? В чем это проявлялось? Какой была в целом атмосфера беседы?

2. Какие приемы активного слушания использовал «журналист»?

3. Не упустил ли «журналист» возможности уточнить, задать наводящий вопрос, стимулировать ответ?

Задание IV. Точно ли «журналист» перефразировал высказывания собеседника? Правильно ли их резюмировал?

После обсуждения хода интервью преподаватель просит «экспертов» дать общую оценку работе «журналиста»: отличная, хорошая,

удовлетворительная. Затем он спрашивает «компетентного собеседника», согласен ли он с этой оценкой, как бы он оценил умение «журналиста» «разговорить», была ли комфортной для него атмосфера беседы.

Задав очередной вопрос слушателям, игру можно повторить и затем сравнить работу «журналистов».

Литература:

1. Кузин Ф.А. Культура делового общения: Практическое пособие - 5-е изд., перераб. и доп. – М.: Ось-89, 2000. – с.64 -98.

2. Баева О.А. Ораторское искусство и деловое общение: Учеб.пособие. – Мн.: ООО «Новое знание», 2000. – с. 199-207.

Тема 3. Оценка уровня деловых и коммуникативных качеств.

Проведение психологического тестирования студентов по оценке уровня их деловых и коммуникативных качеств.

1. Ваш уровень общительности.

Этот тест поможет взглянуть на себя «со стороны», узнать, достаточно ли вы коммуникабельны, корректны в отношениях со своими коллегами, сотрудниками, членами семьи.

На каждый из 16 вопросов отвечайте быстро и однозначно: «да», «нет», «иногда».

1. Вам предстоит ординарная или деловая встреча. Выбивает ли вас ее ожидание из колеи?
2. Вызывает ли смятение и неудовольствие поручение выступить с докладом, сообщением, информацией на каком-либо совещании, собрании?
3. Не откладываете ли вы визит к врачу до последнего момента?
4. Вам предлагают поехать в командировку в город, где никогда не бывали. Приложите ли вы максимум усилий, чтобы избежать этой командировки?
5. Любите ли делиться своими переживаниями с кем бы то ни было?
6. Раздражаетесь ли, если незнакомый человек на улице обратится к вам с просьбой (показать дорогу, назвать время, ответить на вопрос)?
7. Верите ли, что существует проблема «отцов и детей» и что людям разных поколений трудно понимать друг друга?

8. Постесняетесь напомнить знакомому, что он забыл вернуть деньги, которые занял несколько месяцев назад?
9. В кафе или столовой вам подали явно недоброкачественное блюдо. Промолчите ли вы, лишь рассерженно отодвинув тарелку?
10. Оказавшись один на один с незнакомым человеком, вы не вступите с ним в беседу и будете тяготиться, если первым заговорит он?
11. Вас приводит в ужас любая длинная очередь, где бы она ни была. Предпочитаете ли отказаться от своего намерения или встанете в хвост и будете томиться в ожидании?
12. Бойтесь ли участвовать в какой-либо комиссии по рассмотрению конфликтных ситуаций?
13. У вас есть собственные сугубо индивидуальные критерии оценки произведений литературы, живописи, культуры и никаких чужих мнений на этот счет не приемлете. Это так?
14. Услышав где-либо в кулуарах высказывание явно ошибочной точки зрения по хорошо известному вам вопросу, предпочитаете ли промолчать и не вступать в спор?
15. Вызывает ли у вас досаду чья-либо просьба помочь разобраться в том или ином служебном вопросе или учебной теме?
16. Охотнее ли излагаете свою точку зрения (мнение, оценку) в письменной форме, чем в устной?

Оценка результатов: «да» — 2 очка, «иногда» — 1 очко, «нет» — 0 очков. Полученные очки просуммируйте и по классификатору определите, к какой категории относитесь.

30— 32 очка — вы явно некоммуникабельны, и это ваша беда, так как от этого страдаете не только вы сами, но и близкие вам люди. Старайтесь быть общительней, контролируйте себя.

25— 29 очков — вы замкнуты, неразговорчивы, предпочитаете одиночество, новая работа и необходимость новых контактов выводят вас из равновесия. Вы знаете эту особенность вашего характера и бываете недовольны собой, поэтому в вашей власти переломить особенности характера.

19—24 очка — вы, в известной степени, общительны и в незнакомой обстановке чувствуете себя вполне уверенно. Однако с новыми людьми сходитесь с оглядкой, в спорах и диспутах участвуете неохотно.

14— 18 очков — у вас нормальная коммуникабельность. Вы любознательны, охотно слушаете собеседника, достаточно терпеливы в общении с другими, отстаиваете спокойно свою точку зрения, в то же время не любите шумных компаний, а многословие вызывает у вас раздражение.

9—13 очков — вы весьма общительны, любопытны, разговорчивы, любите высказываться по различным вопросам, охотно знакомитесь с новыми людьми, бываете в центре внимания, никому не отказываете в просьбах, хотя не всегда можете их выполнить. Чего вам не хватает, так это усидчивости, терпения и отваги при столкновении с серьезными проблемами. При желании это легко исправить.

4—8 очков — вы, должно быть, «рубаха-парень». Общительность бьет из вас ключом, вы всегда в курсе всех дел, охотно принимаете участие во всех дискуссиях, охотно берете слово, по любому поводу беретесь за любое дело, хотя не всегда можете успешно довести его до конца. По этой причине коллеги и руководители относятся к вам с некоторой опаской и сомнениями.

3 очка и менее — ваша коммуникабельность носит болезненный характер. Вы говорливы, вмешиваетесь в дела, которые не имеют к вам никакого отношения, вольно или невольно часто бываете причиной разного рода конфликтов. Вспыльчивы, обидчивы, необъективны. Людям на работе и дома трудно с вами. Подумайте над этим.

2. Оценка самоконтроля в общении (по Мариону Снайдеру)

С помощью этого теста вы можете определить свой уровень контроля при общении с другими людьми. Внимательно прочтите десять предложений, описывающих реакции на некоторые ситуации. Каждое из них оцените как верное или неверное для себя. Верное — обозначьте буквой В, а неверное — буквой Н.

1. Мне кажется трудным искусство подражать привычкам других людей,!
2. Я бы, пожалуй, мог свалить дурака, чтобы привлечь внимание или позабавить окружающих.
3. Из меня мог бы выйти неплохой актер.

4. Другим людям иногда кажется, что я переживаю что-то более глубоко, чем это есть на самом деле.
5. В компании я редко оказываюсь в центре внимания.
6. В разных ситуациях и в общении с разными людьми я часто веду себя совершенно по-разному.
7. Я могу отстаивать только то, в чем я искренне убежден.
8. Чтобы преуспеть в делах и в отношениях с людьми, я стараюсь быть таким, каким меня ожидают видеть.
9. Я могу быть дружелюбным с людьми, которых я не выношу.
10. Я не всегда такой, каким кажусь.

Оценка результатов: по одному баллу начисляется за ответ Н на вопросы 1, 5, 7 и за ответ В — все остальные. Подсчитайте сумму баллов.

0—3 балла — *низкий* коммуникативный контроль, т.е. ваше поведение устойчиво и вы не считаете нужным меняться в зависимости от ситуации. Вы способны к искреннему раскрытию в общении, от чего некоторые считают вас «неудобным» по причине вашей прямолинейности.

4—6 баллов — *средний* коммуникативный контроль. Вы искренны, но несдержанны в своих эмоциональных проявлениях. Однако считаетесь в своем поведении с окружающими людьми.

7—10 баллов — *высокий* коммуникативный контроль. Вы легко входите в любую роль, гибко реагируете на изменение ситуации, хорошо чувствуете и можете предвидеть впечатление, которое производите на окружающих.

3. Умеете ли вы слушать

Понятие «*коммуникативные умения*» предполагает также умение установить дружескую атмосферу, понять проблемы собеседника. Из десяти вопросов теста ответы оцениваются следующим образом: «Почти всегда» — 2 балла, «В большинстве случаев» — 4 балла, «Иногда» — 6 баллов, «Редко» — 8 баллов, «Почти никогда» — 10 баллов.

1. Стараетесь ли вы «свернуть» беседу в тех случаях, когда тема (или собеседник) не интересны вам?
2. Раздражают ли вас манеры вашего партнера по общению?

3. Может ли неудачное выражение другого человека спровоцировать вас на резкость или грубость?
4. Избегаете ли вступать в разговор с неизвестным или малоизвестным человеком?
5. Имеете ли привычку перебивать говорящего?
6. Делаете ли вы вид, что внимательно слушаете, а сами думаете совсем о другом?
7. Меняете ли тон, голос, выражение лица в зависимости от того, кто ваш собеседник?
8. Меняете ли тему разговора, если собеседник коснулся неприятной для вас темы?
9. Поправляете ли человека, если в его речи встречаются неправильно произнесенные слова, названия, вульгаризмы?
10. Бывает ли у вас снисходительно-менторский тон с оттенком пренебрежения и иронии по отношению к тому, с кем говорите?

Чем больше баллов, тем в большей степени развито умение слушать.

Более 62 баллов — умение слушать выше «среднего уровня». Обычно средний балл 55.

Менее 55 баллов — вам стоит последить за собой при разговоре.

4. Умеете ли вы вести деловое обсуждение

Тест поможет проанализировать ваше поведение во время делового совещания, беседы, определить стиль поведения. Следует иметь в виду, что каждый из этих стилей зависит от конкретной ситуации. В одних случаях успех приносит авторитарное поведение, не допускающее возражений, в других — тактичное, гибкое поведение. Но все-таки авторитарное ведение совещания следует отнести к нежелательным исключениям, особенно если с его участниками придется работать и дальше.

Ответьте на вопросы и запишите оценки в баллах (от 1 до 5): 1 — **«нет»**, **«так не бывает»**; 2 — **«нет, как правило, так не бывает»**; 3 — **«неопределенная оценка»**; 4 — **«да, как правило, так бывает»**; 5 — **«да, так всегда»**.

1. Даю подчиненным нужные поручения даже в том случае, если опасность, что при их невыполнении будут критиковать меня.
2. У меня всегда много идей и планов.
3. Прислушиваюсь к замечаниям других.

4. В основном мне удается привести логически правильные аргументы при обсуждении.
5. Настраиваю сотрудников на то, чтобы они решили свои задачи самостоятельно.
6. Если меня критикуют, то защищаюсь, несмотря ни на что.
7. Когда другие приводят свои доводы, всегда прислушиваюсь.
8. Для того чтобы провести какое-то мероприятие, мне приходится строить планы заранее.
9. Свои ошибки, как правило, признаю.
10. Предлагаю альтернативы к предложениям других.
11. Защищаю тех, у кого есть трудности.
12. Высказываю свои мысли с максимальной убедительностью.
13. Мой энтузиазм заразителен.
14. Принимаю во внимание точки зрения других и стараюсь их включить в проект решения.
15. Обычно настаиваю на своей точке зрения и гипотезах.
16. С пониманием выслушиваю и агрессивно высказываемые контраргументы.
17. Ясно выражаю свои взгляды.
18. Всегда признаюсь в том, что не все знаю.
19. Энергично защищаю свои взгляды.
20. Стараюсь развивать чужие мысли так, как будто бы они были моими.
21. Всегда продумываю, что могли бы ответить другие, и ищу контраргументы.
22. Помогаю другим советом, как организовать свой труд.
23. Увлекаюсь своими проектами, обычно не беспокоюсь о чужих работах.
24. Прислушиваюсь и к тем, кто имеет точку зрения, отличную от моей.
25. Если кто-то не согласен с моим проектом, то не сдаюсь, а ищу новые пути, как переубедить другого.
26. Использую все средства, чтобы заставить согласиться со мной.
27. Открыто говорю о своих надеждах, опасениях и личных трудностях.
28. Всегда нахожу, как облегчить другим поддержку моих проектов.
29. Понимаю чувства других людей.
30. Больше говорю о собственных мыслях, чем выслушиваю другие.
31. Прежде чем защищаться, всегда выслушиваю критику,
32. Излагаю свои мысли системно.
33. Помогаю другим получить слово.
34. Внимательно слежу за противоречиями в чужих рассуждениях.

35. Меняю точку зрения для того, чтобы показать другим, что слежу за ходом их мыслей.
36. Как правило, никого не перебиваю.
37. Не притворяюсь, что уверен в своей точке зрения, если это не так.
38. Тратю много энергии на то, чтобы убедить других, как им нужно правильно поступать.
39. Выступаю эмоционально, чтобы вдохновить людей на работу.
40. Стремлюсь, чтобы при подведении итогов были активны и те, кто редко просит слова.

Суммируйте баллы, полученные при ответах на утверждения 1, 3, 5, 7, 9, 11, 14, 16, 19, 20, 22, 24, 27, 29, 31, 33, 35, 36, 37, 40 и обозначьте сумму через А (20-100 баллов).

Затем сложите баллы, полученные при ответах на утверждения 2, 4, 6, 8, 10, 12, 13, 15, 17, 19, 21, 23, 25, 26, 28, 30, 32, 34, 38, 39, и обозначьте сумму через В (20-100 баллов).

Сумма А по крайней мере на 10 баллов превышает сумму В — вы *хороший* дипломат, стремитесь учесть мнения других и убедиться в том, что собственные ваши идеи согласуются с мыслями сотрудников. При этом неизбежны компромиссы, зато у участников совещания появляется убеждение, что их мнение вам как руководителю совещания небезразлично.

Сумма В как минимум на 10 баллов выше суммы А — вы ведете совещание *авторитарно*, властно, не обращая внимания на окружающих. Вы не добиваетесь всеобщего согласия и не стремитесь сделать решение общим делом. Однако бразды правления крепко держите в своих руках.

Обе суммы различаются менее чем на 10 баллов — ваше поведение может быть как *дипломатичным*, так и авторитарным в зависимости от обстоятельств.

5. Психологическая атмосфера в группе.

На основе приведенных противоположных по смыслу пары слов постарайтесь описать психологическую атмосферу в вашей группе. Чем ближе к

правому или левому слову в каждой паре вы поместите знак «х» (зачеркните соответствующую цифру), тем больше выражен признак в вашей группе.

Дружелюбие	1 2 3 4 5 6 7 8	Враждебность
Согласие	1 2 3 4 5 6 7 8	Несогласие
Удовлетворенность	1 2 3 4 5 6 7 8	Неудовлетворенность
Увлеченность	1 2 3 4 5 6 7 8	Равнодушие
Продуктивность	1 2 3 4 5 6 7 8	Непродуктивность
Теплота	1 2 3 4 5 6 7 8	Холодность
Сотрудничество	1 2 3 4 5 6 7 8	Отсутствие сотрудничества
Взаимная поддержка	1 2 3 4 5 6 7 8	Недоброжелательность
Занимательность	1 2 3 4 5 6 7 8	Скука
Успешность	1 2 3 4 5 6 7 8	Неуспешность

Ответ по каждому пункту шкалы оценивается слева направо от 1 до 8 баллов. Чем левее расположен знак «х», тем ниже балл, тем лучше психологическая атмосфера в группе. Итоговый показатель может колебаться от 10 (наиболее положительная оценка) до 80 (самая неблагоприятная).

Литература:

1. Психология и этика делового общения: Учебник для вузов/ Под ред. проф. В.Н.Лавриненко. – 4-е изд. перераб. и доп. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003. – с. 353-394.
2. Кукушин В.С. Психология делового общения: Учебное пособие. – М.: ИКЦ «МарТ»; Ростов н/Д: Издательский центр «МарТ», 2003. – с.225-238.

Тема 4. Эффективность использования невербальных средств делового общения.

Значение различных типов рукопожатий. Жесты как показатели внутреннего состояния собеседников: открытости, подозрительности и скрытности, защиты, размышления и оценки, сомнения, обиды и др. Сигналы, посылаемые глазами и губами. Жесты и мимика, свидетельствующие о лжи. Невербальные средства повышения делового статуса.

Упражнение «Подарок». Каждый участник без слов, только с помощью мимики и жестов, должен показать, какой подарок он «дарит» имениннице, все пробуют угадать, что это за подарок.

Обсуждение: сложно или просто было выполнить задание?

Упражнение «Сообщение». Разбиваются по парам, каждый должен без слов, жестами сообщить своему напарнику какое-то сообщение, а он должен понять и рассказать, в чем смысл сообщения. Затем меняются ролями.

Обсуждение: легко ли удалось Вам выполнить задание? Что Вы для этого использовали?

Упражнение «Подсказка». Разбиваются на две команды, каждая команда придумывает несколько слов, записывает их на отдельные листочки бумаги. Затем из противоположной команды выбирают человека, которому дают прочитать слово, и он должен жестами объяснить своей команде, что это за слово, а команда должна угадать его, затем выбирается другой человек из чужой команды, который «показывает» новое слово. Сравнивается, какая команда лучше справилась.

Упражнение «Передача чувств». Все встают в затылок друг другу и последний поворачивает предпоследнего и передает ему мимикой какое-либо чувство (радость, гнев, печаль, удивление и т.п.), второй человек должен передать следующему это же чувство.

У первого спрашивают, какое чувство он получил, и сравнивают с тем, какое чувство было послано вначале.

Упражнение «Речь без слов» (подготовительная часть). При деловом общении основная часть коммуникации осуществляется за счет невербальных средств выражения - *жестов, мимики, телодвижений*. Научиться читать эти невербальные сигналы полезно каждому человеку. Предлагаем вам к следующему занятию изучить основные сигналы этой азбуки. Возможно, придется воспользоваться специальной литературой, но многое можно подметить при повседневном общении или смоделировать логически и экспериментально. Например, известно, что если ребенок говорит неправду, он после этого неосознанно прикрывает руками рот. На протяжении всей жизни человек произвольно продолжает использовать этот жест, меняется только скорость совершения жеста и его форма становится более завуалированной - иногда рот частично прикрывается одним пальцем, иногда рука прикасается к носу, к уху, шее...

Давайте подготовимся к тому, чтобы подмечать несоответствие между жестами, микросигналами организма и произнесенными словами. Подготовьтесь сделать некоторые заметки.

Ознакомимся с некоторыми известными наблюдениями. Например, замечено, что раскрытые ладони собеседника ассоциируются с честностью, но когда обманщик раскрывает вам свои объятия и с улыбкой говорит ложь, микросигналы его организма все равно выдают его потайные мысли. Проведите до следующего занятия дома или со своими друзьями несколько экспериментов - попросите ваших коллег сказать вам всего две фразы, одна из которых будет правдой, другая - заведомой ложью. Ваша задача состоит в том, чтобы находить отличия в мимике и жестах вашего напарника при произнесении им каждой фразы. Что сигнализирует об обмане? Это может быть искривление лицевых мышц, расширение или сужение зрачков, испарина на лбу, поднятая бровь, бегающий взгляд, искривление уголков рта, румянец на щеках, учащенное моргание, нервные движения и другие мелкие жесты, которые вы интуитивно можете заметить. Попробуйте в качестве домашнего задания понаблюдать

разные позы собеседников при общении, чтобы на следующем занятии попытаться отличить правдивое или ложное утверждение.

Упражнение «Речь без слов» (игровая часть). Давайте поделимся на три команды. В первую команду войдут те, кто не имел возможности ознакомиться со специальной литературой об изучении жестов и телодвижений. Они будут испытуемыми. Кто желает участвовать в первой команде — просим вас выйти вперед. Пожалуйста.

Внимание! Каждый из представителей команды должен продумать два утверждения, одно из которых является правдой, другое - ложью. Например: «У меня на следующей неделе - день рождения», «Я получил очень выгодное предложение на новую работу» и т.д. Сформулируйте эти утверждения про себя. А пока давайте наберем вторую команду, в которой будут те, кто попытается определить, правдивы или ложны утверждения партнеров. Просим выйти тех, кто составит вторую команду экспертов и будет пытаться распознать ложные или правдивые утверждения. *Внимание!* Оставшиеся игроки составят третью команду, которая будет представлять жюри и постарается оценить деятельность первой или второй команды. Первая и вторая команды, занимают места в противоположных сторонах комнаты, жюри располагается посередине.

Сейчас предлагаем такую процедуру. Представитель первой команды выходит и здоровается с кем-то представителей второй команды, вызывая его на разговор. Можно говорить стоя, а можно и расположиться на заранее подготовленных местах. В разговоре игрок сообщает свое первое утверждение, затем разворачивается и уходит на исходную позицию. Затем он повторяет свой выход, здороваясь с представителем второй команды, и сообщает ему второе утверждение. В качестве собеседника он может выбрать того же самого игрока или любого другого, по своему усмотрению. Жюри внимательно смотрит и анализирует поведение собеседников. Игроки могут выбрать себе необходимый реквизит, подготовить место для размещения и

создания необходимой ситуации. По окончании диалога жюри сообщает результат деятельности испытуемых и экспертов, с полным анализом жестов. И так, представитель первой команды выходит, завязывается диалог с представителями второй команды, после чего эксперты определяют правдивые и ложные утверждения, а жюри производит анализ и оценку. Так повторяется несколько раз. Жюри руководит работой.

Завершается упражнение вопросами - что удалось и что оказалось сложным для чтения мыслей людей по их жестам, поступкам, телодвижениям. Все желающие могут взять слово. Жюри держит инициативу в своих руках.

Ситуация: «Расшифруйте» позы и жесты Вашего партнера:

- - расстегнут пиджак;
 - - руки скрещены на груди, кулаки сжаты;
 - - сидит на краешке стула, склонившись вперед, голова слегка наклонена и опирается на руку;
 - - голова слегка наклонена набок;
 - - медленно снимает очки, тщательно протирает стекла;
 - - прикрывает рот рукой во время своего высказывания;
 - - прикрывает рот во время слушания;
 - - старается не смотреть на Вас.

Литература:

1. Кузин Ф.А. Культура делового общения: Практическое пособие - 5-е изд., перераб. и доп. – М.: Ось-89, 2000. – с.137-162.

2. Баева О.А. Ораторское искусство и деловое общение: Учеб.пособие. – Мн.:, ООО «Новое знание», 2000. – с. 154-167.

3. Кукушин В.С. Психология делового общения: Учебное пособие. – М.: ИКЦ «МарТ»; Ростов н/Д: Издательский центр «МарТ», 2003. – с.137-168.

4. А.Пиз. Язык телодвижений. Как читать мысли окружающих по их жестам. М.: Изд-во Эксмо, 2005. – 288с.

Тема 5. Подготовка публичного выступления.

Цели и основные идеи выступлений. Подготовка к выступлению. Наметьте предварительный план, подберите материал, составьте композицию и окончательный план выступления на одну из следующих тем:

1. Место, где мне хотелось бы побывать еще раз.
2. Время, которое мне приятно вспомнить.
3. Это было со мной впервые в жизни.
4. Как научиться успевать все делать.
5. Лето, которое я не забуду.
6. Эмоции и здоровье.
7. Что значит быть современным.
8. Мое представление об идеальном муже (идеальной жене).
9. Как избавиться от лени.
10. Как дарить цветы.
11. Как воспитывать силу воли.
12. Как надо (не надо) готовиться к экзаменам.
13. Надо ли готовиться к семейной жизни.
14. Как можно готовить себя к будущей профессии.
15. Можно ли сохранить любовь.
16. НЛО и современная наука.
17. Как сохранить здоровье.
18. Самосовершенствование – путь к счастливой жизни.
19. Мое любимое место в городе.
20. Фильм, который стоит посмотреть.
21. Мое отношение к гражданскому браку.

Прослушивание выступлений студентов.

Литература:

1. Кузин Ф.А. Культура делового общения: Практическое пособие - 5-е изд., перераб. и доп. – М.: Ось-89, 2000. – с.42-59.

2. Баева О.А. Ораторское искусство и деловое общение: Учеб.пособие. – Мн.: ООО «Новое знание», 2000. – с. 66 - 91.

Тема 6. Подготовка и проведение презентации

Семь правил работы с аудиторией во время презентации: *by heart* (спонтанная речь), простота, гибкость, уверенность в себе, экспромт – заранее, искренность, удовольствие. Составление плана презентации товара.

Упражнения:

1. "Плюс/минус" анализ

Цель: поставить навык быстрого выделения конкурентных преимуществ и слабых сторон любого вида товарной продукции. Почему это важно? (текстовка).

«Для успешной работы в деловой сфере необходим навык краткости и объективности речи при презентации информации. На бытовом языке это называется «конкретно». Пространные рассуждения выслушивать не станут из-за ограничения во времени. Необъективность вам просто не простят. Для того чтобы ваша речь была краткой и точной, необходимо научиться быстро выделять и держать в голове «плюсы» и «минусы» презентуемого товара. Они же — его конкурентные преимущества и слабые стороны. Это нужно для того, чтобы быть постоянно готовым коротко, удачными фразами выделить преимущества. А на претензии — ответить честно и по существу. Как вы можете догадаться, с «плюсами» и «минусами» работать нужно по-разному. И мы обязательно научимся делать это правильно. Но для этого необходимо пройти первую ступень — научиться их выделять. Уже одно это позволит вам систематизировать вашу «личную информационную базу», а значит, оперативнее ею пользоваться.

Как это делается? Это делается очень просто. Берем листочек бумаги. Я буду показывать, как это делается, на доске. Выписываем по середине название продукта (в принципе, так проанализировать можно все, что угодно). Возьмем для примера шампунь для волос XXX¹. Разделяем поле листа на две половины:

правую и левую. Правая половина — это «минусы»: рисуем минус в верхнем правом углу. Левая половина — «плюсы»: рисуем в верхнем левом углу плюс. Итак, кто мне назовет преимущества шампуня ХХХ? Низкая цена — записываем слева. Еще? Хорошее качество. Записываем. Сложившаяся репутация. Еще? Выбор в соответствии с типом волос. Так. Мультивитаминный комплекс. Еще. Экстракты трав. Хорошо. С плюсами разобрались. Минусы, пожалуйста. Российское производство. Спорный вопрос, минус ли это, но запишем, раз вы так воспринимаете. Неинтересный дизайн. Так, еще. Слабая рекламная поддержка. Вот это уже серьезный минус. Замерзает и расслаивается при транспортировке зимой. Тоже важно. Ну вот, вы видите, что ничего сложного в этой процедуре нет. Вся информация у вас есть, ее нужно только разложить «по полочкам».

Инструкция.

«Теперь давайте попробуем сделать это самостоятельно. Выбираем по 3 продукта. Каждый из них будем описывать с позиций «плюс/минус» анализа. Возьмите для каждого продукта по отдельному листочку бумаги и выпишите как можно больше его преимуществ и слабых сторон. У вас 10 минут. Вперед».

(Использовать следует только реальный продукт !)

Контроль: «А теперь давайте по очереди быстро и четко расскажем каждый о каком-нибудь одном продукте. Итак, начинаем, быстренько: название, плюсы, минусы. Первый, пожалуйста...»

Обсуждение: на обсуждение можно вынести следующие вопросы:

«Скажите мне, пожалуйста, трудно или легко лично вам далось это упражнение?» (Обычно говорят, что легко.)

«Как вы считаете, сможете ли вы прямо перед клиентом, "на ходу" выделять "плюсы" и "минусы"?» (Конечно, можно, но не эффективно.)

«Когда, как вы считаете, выгоднее всего делать такой анализ?» (Лучше не перед клиентом, а во время подготовки к встрече.)

«Кто вспомнит, какие преимущества дает нам «плюс/минус» анализ?» (Обычно помнят.)

«Может быть, кто-то догадался, почему еще, кроме того, о чем я говорила, полезно вот так анализировать информацию?» (Подойдет все что угодно — нужно похвалить тех, кто проявил активность.)

"От достоинств к потребностям"

Для этого упражнения вам потребуются ваши знания по психологии.

Цель: сформировать навык описания конкурентных преимуществ (слабых сторон) товара с точки зрения удовлетворения (не удовлетворения) потребностей клиента.

Почему это важно?

Здесь нужно подчеркнуть, что мы обучаемся не просто говорить о товаре, а применять знания по психологии. И самая очевидная психологическая истина — необходимость учета интересов партнера. Интересы партнера проистекают из его потребностей. *Знание и умение учитывать потребности — ключ к управлению поведением человека,* Игнорирование реально существующих потребностей с неизбежностью приведет к неудачам в общении и партнерстве. И так далее, на усмотрение тренера.

Объяснение включает рассмотрение следующих вопросов.

1. *Ценность товара для клиента определяется не его характеристиками как таковыми, а их способностью удовлетворять человеческие потребности.*

2. *Потребности клиента — непосредственного потребителя товара (далее — потребителя) охватывают физиологическую и социальную сферу. А.*

Физиологические потребности:

- физиологические (голода, жажды, потребности в уходе за телом и т. д.);
 - безопасность использования;
- удобство, комфорт, удовольствие при использовании.

Б. Социальные потребности:

- социальные потребности (признание, внимание, принятие и т.д.); их удовлетворение может быть даже иллюзорным;

- рефлексивное удовольствие от изменения, в том числе и кажущегося, оценок окружающих (престиж, имидж и т. д.);
- повышение самооценки (в ее социальном аспекте) вследствие использования продукта (принадлежность к определенной группе, успешность, стиль и т. д.).

В. Потребности клиента— сотрудника компании-партнера (далее— продавца) лежат в социальной сфере, а большей частью в узком секторе бизнес-интересов:

- непосредственное получение прибыли;
- опосредованное получение прибыли и повышение социального статуса за счет развития бизнеса и личного карьерного роста;
- экономическая безопасность для себя и компании;
- удобство, комфорт и удовольствие в работе.

«Как это делается? Возьмем для примера тот же самый шампунь ХХХ. Мы помним, что он

а) *недорогой*. Для потребителя это означает *доступность*, то есть возможность покупки и использования — *непосредственное удовлетворение потребности* в уходе за волосами, а для продавца — *уходимость*, то есть оборачиваемость средств и *получение прибыли*;

б) *качественный*. Для потребителя это означает *безопасность при использовании*, то есть волосы и кожа не будут повреждены, а для продавца — *экономическую безопасность при продаже*, то есть клиент не вернется с претензиями».

И так далее по достоинствам.

«По недостаткам:

а) *слабая рекламная поддержка*. Для потребителя это может означать, что это не модно, не престижно, а для продавца это *угроза уходимости*, то есть *получению прибыли*;

б) *не переносит холодной транспортировки. Для потребителя это угроза безопасности использования, а для продавца — угроза безопасности при продаже*».

И так далее по недостаткам.

Инструкция: «Выберите 2 конкретных продукта. Опишите конкурентные преимущества и слабые стороны каждого из них с точки зрения потребностей потребителя и с точки зрения потребностей продавца. В начале по одному продукту: преимущества — для потребителя и для продавца, затем недостатки — тоже для потребителя и для продавца. После этого сделайте то же самое по второму продукту».

Контроль: попросите студентов зачитать, что у них получилось. Важно добиться четкости в изложении: преимущество — потребность, недостаток — угроза потребности, без лишних слов.

Обсуждение: совет: Для этого упражнения желательно заготовить раздаточный материал или (и) плакаты. Как показывает опыт, неподготовленным участникам трудно воспринимать на слух и тем более запомнить сразу весь список потребностей в нашем изложении. Очень хорошим подспорьем станет плакат или даже два плаката: «Потребности потребителя» и «Потребности продавца». Списки потребностей желательно также распечатать на отдельных листах бумаги и раздать их как «шпаргалку» или включить в папку раздаточного материала

"Коротко о главном"

Цель: отработать воспроизведение главных характеристик предлагаемых продуктов.

Почему это важно?

Как показывает опыт, *знать* и *уметь рассказывать* - это, к сожалению, не одно и то же. Довольно часто, ознакомившись с новым продуктом по рекламным буклетам или даже по рассказам тренера, менеджеры считают, что они в нужный момент легко воспроизведут услышанную или прочитанную

информацию. К сожалению, это слишком оптимистическая точка зрения. Особенно это характерно для новой для участника продукции. Совсем плохо обстоит дело, если при описании ее характеристик используются какие-нибудь необычные названия, например, «ср5-комплекс». Как правило, все эти «изюминки» и «маркетинговые ходы», придуманные именно затем, чтобы привлекать внимание к новому продукту, либо не запоминаются и совсем не упоминаются, либо воспроизводятся с затруднением и в искаженном виде¹. Для того чтобы расчет маркетологов оправдался и все замечательные свойства товара действительно способствовали его реализации, необходимо отработать их воспроизведение до автоматизма.

Объяснение: «Итак, вам предстоит отработать до автоматизма навык рассказа о продукции, которую вы продаете. Мы уже знаем, что рассказывать следует коротко, по существу и с учетом потребностей того, к кому вы обращаетесь. То есть сильные стороны, они же конкурентные преимущества товара, должны прозвучать со всей полнотой и убедительностью. Как работать со слабыми сторонами, мы посмотрим чуть позже».

Демонстрация: рекомендуется провести демонстрацию, причем как для работы с продавцом, так и для работы с потребителем.

«Шампунь ХХХ для продавца. У этого шампуня при хорошем качестве очень доступная цена. При этом он по своему составу превосходит многие иностранные дорогие шампуни. Посмотрите, какой состав витаминов. Такой комплекс имеет разве что шампунь УУУ, а сравните цену. Флакончик узкий, удобно поставить всю линейку, а линейка — это уже реклама. Хорошая уходимость. Мы продаем его уже N штук в месяц, ваши соседи брали сначала по M штук, а сейчас уже по K штук берут. Стоит покупателю один раз попробовать, он за ним возвращается. Производитель проводит акции для продавцов, разыгрываются подарки и даже поездки в Египет.

Шампунь ХХХ для потребителя. Очень интересный шампунь. Все, кто попробовал, покупают только его. Потому что, во-первых, очень хороший состав. Посмотрите, сколько витаминов. Вот, например, знаменитый шампунь

ССС, в нем только один витамин В5, а здесь и В5 и еще 6 других витаминов, к тому же протеины и минеральные добавки. Во-вторых, замечательно учитывается тип волос. Не только жирные — сухие, а еще окрашенные, тонкие, секущиеся, поврежденные. Можно составить индивидуальную программу по уходу за вашими волосами».

Инструкция: «За 15 минут вам нужно подготовить короткое выступление по какому-нибудь из изученных сегодня продуктов. В своем выступлении вы должны будете кратко рассказать о конкурентных преимуществах вашего продукта, отдельно для продавца и для потребителя. Выходим по одному перед группой и рассказываем. Очень полезно послушать себя, и своих товарищей. Те, кто будет запинаться, пойдут по второму, по третьему кругу, пока не научатся. Готовимся».

Контроль: Упражнение, конечно, жесткое, но одновременно и очень эффективное. У менеджера продаж проблем с речью быть не должно, не должно быть и смущения перед слушателями. Как показывает опыт, даже весьма слабую группу можно «вытянуть» на приемлемый уровень, если не поленишься и «гонять» их круг за кругом, меняя продукты, пока «от зубов не будет отскакивать».

Обсуждение: Кроме традиционного обсуждения «субъективного восприятия процесса обучения», рекомендуется обсудить еще один вопрос: «Как, на ваш взгляд, отражается умение профессионально разговаривать с клиентом на показателях работы менеджера? Приведите примеры». Это послужит логическим «мостиком» к следующему упражнению.

2. Проведение презентации товара или предприятия по подгруппам.

Студенты разбиваются на подгруппы и самостоятельно готовят презентацию товара или предприятия, которое работает в г. Благовещенске или Амурской области.

После просмотра видеозаписи подготовленных презентаций проводится их анализ.

Литература:

1. Шметткамп М. Искусство презентации: Ускоренный курс / М. Шметткамп; пер. с нем., науч. Ред. Пер. Т.В. Соломонович, 2005.
2. Иззатдуст Э. Способы разрешения конфликта: сила оружия или сила слова?: Исторический очерк – М.: Academia, 2004.
3. Грейдина Н.Л. Основы коммуникативной презентации: учеб. пособие / Н.Л. Грейдина. – М.: АСТ: Восток-Запад, 2005.
4. Коддлер И. Успешная презентация. – М.: ОЛМА – ПРЕСС Инвест, 2003.
5. Безручко В.Т. Презентация Power Point / В.Т. Безручко. – М.: Финансы и статистика, 2005.
6. Е.В.Михайлова. Тренинг презентации товара. с. 23-25, 31, 36-42.

Тема 7. Подготовка и проведение совещания.

Тип подчиненных и стиль общения с ними: универсал, самовлюбленный, деловой, увлекающийся, энергичный, моралист, бюрократ, сомневающийся, творец.

Первый шаг в тренинге проведения совещаний направлен на выработку моделей первичного установления контакта с аудиторией с помощью следующих упражнений.

1. "Начало совещания".

Ц е л ь : обучение приемам и навыкам установления контакта с аудиторией.

В р е м я : 1 ч.

М а т е р и а л ы : видеотехника.

Два-три участника группы, по очереди входя в аудиторию, организуют начало совещания по любой придуманной ими теме. Каждый участник имеет право импровизировать, не ограничиваясь никакими инструкциями, используя

даже самые смелые приемы привлечения внимания и мотивации членов группы к работе (его роль - начальник некоего подразделения, подробности уточняются вместе с группой). Остальные участники, в свою очередь, также призываются к импровизации, им не дается определенных установок.

После того как каждая ситуация отыграна в течение нескольких минут, игравшие роль начальника рассказывают о том, какой реакции они хотели добиться, какие методы использовали для этого, какой результат они, по их мнению, получили. "Подчиненные" оценивают эффективность действий "начальника", описывают свои чувства и реакции на его поведение. Анализируется отснятый видеоматериал, выделяются наиболее эффективные приемы и стили поведения участников, делаются выводы. По окончании ведущий тренинга может предложить группе список возможных вариантов поведения при первой встрече с группой для обсуждения.

Очень важно в начале тренинга проведения совещаний сформировать банк основных проблем, с которыми сталкиваются участники группы в своей работе. Это позволит в дальнейшем не только планировать ход тренинга с учетом актуальных затруднений, но и определять темы групповых обсуждений, моделирующих совещания.

Упражнение "Совещание". Все участники разбиваются на группы по 5-7 человек, которые образуют фирмы. Каждой фирме надо за 10-15 минут придумать название, разработать бизнес-план производства товара (по усмотрению команды), назначить главного специалиста. Затем ведущий приглашает на производственное совещание главных специалистов, с которыми будут обсуждаться проблемы финансирования их проектов. Каждый главный специалист должен изложить суть проекта своей фирмы, оценить ценность других проектов и в ходе обсуждения выбрать наилучший проект, который получит финансирование. При подготовке к защите своего проекта команда должна ответить на следующие вопросы: "Какую продукцию вы выпускаете или какие услуги оказываете? Ваша стратегия на перспективу? Конкурентен ли

ваш товар? Какова система сбыта ваших товаров? Какова платежеспособность вашей фирмы, источники финансирования? Какое финансирование требуется?" Участники совещания должны оценить проекты по десятибалльной системе, предварительно выбрав "ведущего" совещание – главного финансиста. Наблюдатели фиксируют ход совещания, анализируют его этапы, позиции "взаимодействия" участников и "ведущего", умение расположить к себе, произвести впечатление.

Литература:

1. Зарецкая Е.Н. Деловое общение: в 2 т. – М.: Дело, 2001г.
2. Кибанов А.Я., Захаров Д.К., Коновалова В.Г. Этика деловых отношений: Учебник/ Под ред. А.Я.Кибанова. – М.: ИНФРА-М, 2002. –с.245-250.
3. Кузин Ф. Культура делового общения: Практическое пособие - 5-е изд., перераб. и доп. – М.: Ось-89, 2000. – с.227-248.
4. Горанчук В.В. Психология делового общения и управленческих воздействий. – СПб.: Издательский дом «Нева»; М.: «ОЛМА-ПРЕСС Инвест», 2003. – с.243-252.
5. Ю.А.Фомин. Психология делового общения. – 2-е изд., перераб. и доп. – Мн.: Амалфея, 2000. - с.292 – 299.

Тема 8. Организация и анализ деловых переговоров.

Особенности телефонной беседы.

Схема телефонного разговора "Семь П".

Упражнения по проведению телефонных переговоров.

Деловая игра "Переговоры между рекламными агентствами"

Тест «Как вести деловые переговоры?»

Чтобы жить в обществе, совсем не обязательно обладать всеми теми способностями, которые вырабатывают в себе дипломаты. Но если Вы все же

обладаете секретами умелого ведения бесед, это сильно облегчает отношения с окружающими и помогает лучше достигать своих целей даже в условиях конкуренции. Предлагаемый ниже тест и призван помочь разобраться, одарены ли Вы такой способностью или Вам надо срочно приложить усилия, чтобы овладеть хотя бы минимумом дипломатических навыков

На каждый вопрос необходимо выбрать один вариант ответа.

1. Во время переговоров на чем Вы настаиваете?

- а) на соглашении;
- б) на своем решении;
- в) на использовании объективных критериев при выборе решения.

2. Стремитесь ли Вы во время переговоров к единственному решению?

- а) стремлюсь к единственному ответу, приемлемому для друзей;
- б) стремлюсь к единственному ответу, приемлемому для себя;
- в) предоставляю множество вариантов на выбор.

3. Ради соглашения идете на уступки или требуете преимуществ?

- а) примиряюсь с односторонними потерями ради достижения соглашения;
- б) требую односторонних преимуществ в награду за соглашение;
- в) продумываю возможность взаимной выгоды.

4. При проведении переговоров намечаете ли Вы «нижнюю границу» - то есть результат переговоров, выраженный в виде худшего из допустимых вариантов?

- а) открываю свою «нижнюю границу»
 - б) скрываю свою «нижнюю границу»;
 - в) не устанавливаю «нижнюю границу».

5. Во время переговоров Вы выдвигаете предложения или прибегаете к угрозам?

- а) прибегаю к угрозам;
- б) изучаю интересы сторон;
 - в) выдвигаю предложения.

6. Во время переговоров меняете ли Вы свои Позиции?

- а) легко меняю позиции;
 - б) твердо придерживаюсь намеченных направлений;
 - в) сосредоточиваюсь на выгодах, а не на позициях,

7. Вовремя переговоров доверяете ли Вы их участникам?

- а) да;
- б) нет;
 - в) действую независимо от доверия или недоверия.

8. Требовательно ли Вы относитесь к участникам переговоров и решениям?

- а) да;
 - б) нет;
 - в) стараюсь быть мягким к участникам переговоров и требовательным к решениям,

9. Ради сохранения отношений идете ли Вы на уступки в ходе переговоров?

- а) уступаю ради сохранения отношений;
- б) требую уступок в качестве условия продолжения отношений;
 - в) отдаляю спор между людьми от решения задачи переговоров.

Если у Вас преобладают ответы «а», Ваш стиль переговоров - уступчивость, а цель - соглашение.

Если у Вас больше ответов на «б», Ваш стиль - жесткость, давление. Цель - только победа.

Если больше ответов «в», Ваш стиль - сотрудничество. Цель - разумное решение, полученное быстро и в полном согласии.

Ситуации

1: Вы видите, что на переговорах Ваш партнер намеренно искажает факты. Как Вы поступите в этом случае?

2: Вы ведете переговоры, Ваш партнер утверждает нечто, безусловно ошибочное, с Вашей точки зрения, и неприемлемое для решения данной проблемы. Вам необходимо переубедить его.

3: На переговорах вместо того, чтобы выдвигать конкретные предложения, оппонент ссылается на Ваши прежние промахи, имевшие место несколько месяцев назад. Как Вы поступите в этом случае?

4: На переговорах между Вами и Вашим партнером произошел конфликт. Вас обоих быстро захватывают отрицательные эмоции. Напряжение стремительно возрастает. Ваши действия в этой ситуации?

5: Вы установили контакт с японской фирмой, с которой хотите заключить договор. Вас приглашают в Японию, встречают как самого дорогого гостя, предлагают обширную программу развлечений с обедом в дорогом ресторане, а когда дело доходит до переговоров, японцы просят подождать пару дней. И потом довольно продолжительное время сообщают Вам о периодически возникающих затруднениях. Как Вы поступите в этой ситуации?

Развитие навыков ведения переговоров.

Упражнение направлено на развитие навыков ведения переговоров. Все участники должны разделиться на пары. Один из участников будет играть роль начальника отдела (мистер/мисс А), другой – его босса (мистер/мисс В).

Ситуация: компания работает на фирму Найк.

- (А) управляет исследовательской лабораторией.
- (В) – менеджер, ответственный за все научно-технические подразделения. Они учились в одной группе в колледже и работают на Найк уже более 6 лет.
- (В) уже как 2 года является официальным начальником (А).

Одна из подчиненных (А) произвела на него большое впечатление. Ее имя Лиза Роланд, она пришла в компанию 11 месяцев назад. Лиза закончила колледж по специальности инженер-механик. Ее изначальное жалование составляло 37 500 долларов в год, но в соответствии со стратегией фирмы в этой области ей было обещано первичное повышение зарплаты через полгода по первым результатам ее труда и последующий пересмотр условий контракта через год. (А) оценил ее работу очень высоко, он учитывал продолжительность ее труда, ее желание сотрудничать с остальными, то, как она легко вошла в

коллектив, ее вклад в общие разработки лаборатории. Он считает ее лучшей из новичков в команде, ибо по результатам работы она (после года работы) заняла третье место из 11 возможных. Зарплата в отделе варьируется 30 400 до 56 300 долларов, в среднем около 46 660 долларов.

Роль (А): Вы хотите устроить Лизе значительное повышение, вам бы не хотелось ее потерять, ибо она знает, что большинство сотрудников в отделе получает больше ее. Обычно в компании практикуется повышение зарплаты на 5 % в год, но возможно и 10 % увеличение, а иногда бывали случаи, когда повышение достигало 20 или даже 30 %. Вы готовы увеличить ее зарплату настолько, насколько позволит (В).

Роль (В): Все начальники подчиненных ему отделов пытаются выбыть из него как можно больше денег, компания же требует, чтобы он максимально экономил средства. Начальство рекомендует, чтобы повышение было не больше 8 % в год. Но оно также заинтересовано в сохранении хороших работников и в обеспечении равной оплаты труда. Тем не менее ваша задача сэкономить средства и в этом случае, насколько это только возможно.

На упражнение дается 15 минут. По завершению переговоров проанализируйте результаты и тактику ведения переговоров, обсудите удачные ходы и пути исправления допущенных ошибок.

Литература:

1. Зарецкая Е.Н. Деловое общение: в 2 т. – М.: Дело, 2001г.
2. Кибанов А.Я., Захаров Д.К., Коновалова В.Г. Этика деловых отношений: Учебник/ Под ред. А.Я.Кибанова. – М.: ИНФРА-М, 2002. –с.250-266.
3. Кузин Ф. Культура делового общения: Практическое пособие - 5-е изд., перераб. и доп. – М.: Ось-89, 2000. – с.197-226.
4. Горанчук В.В. Психология делового общения и управленческих воздействий. – СПб.: Издательский дом «Нева»; М.: «ОЛМА-ПРЕСС Инвест», 2003. – с.237-243.

5. Ю.А.Фомин. Психология делового общения. – 2-е изд., перераб. и доп. – Мн.: Амалфея, 2000. - с.274-292.

Тема 9. Особенности реагирования в конфликтных ситуациях.

Особенности конструктивных и неконструктивных конфликтов. Что относят к нарушениям служебной этики? Этапы разрешения конфликта. Приемы поведения в конфликтной ситуации. Разрядка отрицательных эмоций и техника самоуспокоения.

СИТУАЦИОННАЯ ИГРА «АЭРОПОРТ»

Выбирают две пары людей, которые «проигрывают» одну и ту же ситуацию (на период игры первой пары вторая выходит из помещения). Желательно игру фиксировать на видеопленку для последующего анализа. Каждому игроку дается для ознакомления только инструкция его роли, напечатанная на отдельном листке. Остальные участники – наблюдатели должны суметь понять суть происходящего конфликта и произвести анализ позиций общения.

Проводится сравнительный анализ

А) позиций общения

(открытая - закрытая,

активная - пассивная,

доброжелательная – враждебная - нейтральная,

Родитель – Взрослый - Ребенок),

Б) стилей общения и

В) эффективности результатов общения.

Пытаются придумать более эффективные варианты разрешения конфликтной ситуации, анализируют насколько участники правильно вели себя при конфликте, особенно реагирование начальника, насколько он соблюдал психологические рекомендации при деловой оценке подчиненного и решении конфликта.

Инструкция роли Н.

Вы работник планово-экономического отдела. Очень неудачно складываются ваши дела: в самую пору сдачи важного отчета тяжело заболела ваша сестра и поскольку за ней некому ухаживать, вы взяли больничный по уходу за ней и теперь временно у нее живете. Ваш знакомый улетает в Санкт-Петербург в краткосрочную командировку, и вы хотите передать ему кое-какие вещи для вашей родни и рецепт на редкое лекарство, необходимое для лечения сестры (без этого лекарства она может даже умереть), которое вы знаете, свободно продается в одной из аптек Санкт-Петербурга. Вы спешите в аэропорт, но опоздали: табло нужного вам рейса уже не горит и ваш знакомый, по-видимому, уже улетел. Вы стоите и не знаете, что делать. Вдруг вас окликают ваш начальник.

Инструкция роли «начальника»:

Вы – начальник планово-экономического отдела. Сотрудница Н. не сдала к сроку важные расчеты. Вам передали, что она звонила и сказала, что из-за болезни, видимо, долго не появится. На ваши телефонные звонки домой никто не отвечал. Вы вынуждены теперь улететь в Санкт-Петербург, в срочную командировку, на важное совещание., без нужных вам данных. Вы очень переживаете это. В аэропорту вы вдруг сталкиваетесь с «больной» сотрудницей Н., которая ожидает очереди у пункта регистрации с вещами.

Литература:

1. Зарецкая Е.Н. Деловое общение: в 2 т. – М.: Дело, 2001г.
2. Кибанов А.Я., Захаров Д.К., Коновалова В.Г. Этика деловых отношений: Учебник/ Под ред. А.Я.Кибанова. – М.: ИНФРА-М, 2002. –с.65-87.
3. Кузин Ф. Культура делового общения: Практическое пособие - 5-е изд., перераб. и доп. – М.: Ось-89, 2000. – с.110-133.
4. Горанчук В.В. Психология делового общения и управленческих воздействий. – СПб.: Издательский дом «Нева»; М.: «ОЛМА-ПРЕСС Инвест», 2003. – с.237-243.

5. Ю.А.Фомин. Психология делового общения. – 2-е изд., перераб. и доп. – Мн.: Амалфея, 2000. - с.354-363.

6. Задания для самостоятельной работы студентов

Изучение теоретических вопросов дисциплины:

- психологические и этические вопросы профессиональной деятельности;
- психологическое и этическое содержание профессионального общения;
- национальные особенности делового общения;
- психологические особенности деловых переговоров;
- особенности делового этикета за рубежом.

Подготовка рефератов.

Тематика рефератов для студентов очной формы обучения

1. Совместимость людей в зависимости от психосоциотипов.
2. Средства психологического воздействия в деловом общении.
3. Формы и закономерности психологического воздействия в деловом общении.
4. Национальные особенности делового общения.
5. Речевой этикет в деловом общении.
6. Имидж менеджера.
7. Особенности знакомства и приветствия делового человека.
8. Этикет деловой женщины.
9. Роль посредника в конфликтах.
10. Культура делового общения.
11. Этикет делового письма.
12. Барьеры в общении и их преодоление.
13. Культура ведения полемики.
14. Логика в деловой беседе.
15. Восприятие и понимание партнера в общении.

7. Методические указания по написанию контрольной работы

Контрольная работа по дисциплине «Деловое общение» предполагает освещение теоретического вопроса.

При выполнении контрольной работы студент должен:

- собрать информацию по вопросу;
- изучить и проанализировать собранные материалы;
- систематизировать и обобщить имеющуюся информацию;
- самостоятельно решить поставленные задачи;
- логически обосновать и сформулировать выводы, предложения и рекомендации по практике делового общения.

Готовая контрольная работа сдается на проверку преподавателю не позднее, чем за пять дней до зачета. Проверка работы перед экзаменом является обязательной. Работа проверяется руководителем в течение 2-3 дней и возвращается студенту подписанной и допущенной к защите. При незначительных замечаниях студентом вносятся исправления. Контрольная работа не допускается к защите в случаях непредставления работы на проверку в установленный срок, грубых нарушений правил оформления контрольной работы.

Оформление контрольной работы. Общие требования.

Контрольная работа оформляется на листах белой бумаги формата А4 (210x297). Текст располагается на одной стороне листа. Компьютерный набор осуществляется шрифтом «Times New Roman» (обычный). Размер шрифта - 14, междустрочный интервал - полуторный. Размеры полей следующие: верхнее - 20 мм, нижнее - 20 мм, левое - 30 мм, правое - 10

Все страницы контрольной работы нумеруются арабскими цифрами, включая список использованных источников. Номер страницы проставляется в нижней части листа центрированно без точки.

Титульный лист содержит следующие сведения:

- полное наименование министерства, вуза, кафедры;
- название вида документа (контрольная работа);
- название дисциплины («Деловое общение»);
- вариант контрольной работы;

сведения об исполнителе (факультет, номер группы, ФИО);
сведения о руководителе (ученая степень, должность, ФИО);
сведения о допуске работы к защите и результатах защиты (проставляет руководитель работы);

наименование места и года выполнения.

Титульный лист включается в общую нумерацию страниц, но номер на нем не проставляется. Образец титульного листа дан в приложении.

Содержание помещается после титульного листа и включает номера и наименования разделов и подразделов с указанием номеров листов (страниц). Слово «Содержание» записывается в виде заголовка прописными буквами и располагается симметрично текста. Наименования разделов и подразделов, включенные в содержание, записываются строчными буквами, начиная с прописной. Над номерами страниц слово «Страница» или «Стр.» не ставятся.

Обязательно указывается список использованной литературы.

Вариант контрольной работы по дисциплине "Деловое общение" определяется по начальной букве фамилии студента.

первая буква фамилии	вариант	первая буква фамилии	вариант
А, Ц	1	Л	11
Б	2	М	12
В	3	Н	13
Г, Э	4	О	14
Д, Ю	5	П	15
Е, Ё	6	Р	16
Ж	7	С	17
З, Ш	8	Т	18
И, Щ	9	У, Ф	19
К, Ч	10	Х, Я	20

Тематика контрольных работ (рефератов) для студентов заочной формы обучения

1. Сущность и особенности делового общения. Основные этапы делового общения.
2. Коммуникативные барьеры.
3. Виды управленческих воздействий: убеждение, внушение.

4. Виды управленческих воздействий: подражание, принуждение.
5. Виды управленческих воздействий: манипуляция.
6. Понятие и отличительные особенности деловых переговоров.
7. Виды переговоров.
8. Основные методы подготовки к переговорам.
9. Основные этапы переговорного процесса.
10. Особенности проведения переговоров по экспорту и импорту.
11. Формирование благосклонности и комплименты.
12. Разработка и подготовка программы пребывания зарубежных партнеров.
13. Система подготовки деловой беседы.
14. Составные части делового этикета.
15. Понятие и виды конфликтов в деловых отношениях.
16. Особенности и причины основных видов конфликтов.
17. Стили конфликтного поведения.
18. Пути преодоления конфликтов.
19. Основные этапы разрешения конфликтов.
20. Особенности межгруппового и межличностного конфликтов.

8. Вопросы для подготовки к зачету

1. Сущность общения.
2. Формы влияния и контакта.
3. Средства и методы психологического воздействия.
4. Межличностные отношения в группе.
5. Сущность и основные этапы общения.
6. Виды и стратегии общения.
7. Сущность и особенности делового общения.
8. Деловое общение как взаимодействие.
9. Основные этапы делового общения.
10. Деловое общение как коммуникация.
11. Средства делового общения.

12. Классификация невербальных средств делового общения.
13. Кинесические средства.
14. Значение и виды жестов.
15. Правила слушания в деловом общении.
16. Деловое общение как акт передачи речевой информации.
17. Особенности телефонной беседы .
18. Понятие и отличительные особенности деловых переговоров.
19. Виды переговоров.
20. Основные методы подготовки к переговорам.
21. Проработка основного вопроса переговоров.
22. Основные этапы переговорного процесса.
23. Тактические методы переговоров.
24. Тактические приемы переговоров.
25. Система подготовки деловой беседы.
26. Цели и техника передачи информации в деловой беседе.
27. Техника и тактика аргументации в деловой беседе.
28. Тактические приемы начала и завершения деловой беседы.
29. Понятие и виды этикета.
30. Составные части делового этикета.
31. Понятие и виды конфликтов в деловых отношениях.
32. Особенности и причины основных видов конфликтов.
33. Стили конфликтного поведения.
34. Пути преодоления конфликтов.
35. Основные этапы разрешения конфликтов.
36. Особенности межгруппового и межличностного конфликтов.
37. Общие стадии протекания конфликта.

9. Учебно-методическое обеспечение дисциплины

Основная литература

1. Горянина В.А. Психология общения: учеб. пособие: рек. УМО в обл. соц. работы 3-е изд., стер. М.: ИЦ Академия, 2005.
2. Зарецкая Е.Н. Деловое общение: в 2 т., т.1. – М.: Дело, 2002 г.
3. Зарецкая Е.Н. Деловое общение: в 2 т., т.2. – М.: Дело, 2002 г.
4. Психология и этика делового общения: Учебник для вузов/ Под ред. проф. В.Н.Лавриненко. – 4-е изд. перераб. и доп. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003. – 415с.
5. Этика деловых отношений: учебник: рек. Мин.обр.РФ / Под ред. А.Я. Кибанова. – М.: ИНФРА – М, 2002, 2003, 2004.
6. Бороздина Г.В. Психология делового общения: Учебник: Рек. Мин. обр. РФ / Г.В. Бороздина, 2003.
7. Мальханова И.А. Деловое общение: учеб. пособие: рек. УМО по рекламе / И.А. Мальханова. – М.: Академический проект, 2005

Дополнительная литература

1. Ковальчук А.С. Основы имиджологии и делового общения: учеб. пособие для вузов / А.С. Ковальчук, Ростов н/Дону: Феникс, 2004
2. Колтунова М.В. Деловое общение: нормы, риторика, этикет: учеб. пособие / М.В. Колтунова. – Изд. Второе, доп. – М.: Логос, 2005
3. Леонов Н.И. Психология делового общения: учеб. пособие: рек. ред.-изд. Сов. / Н.И. Леонов, 2003.
4. Поваляева М.А. Невербальные средства общения: учеб. пособие / М.А. Поваляева, О.А. Рутер, Ростов н/Дону: Феникс, 2004.
5. Аминов И.И. Психология делового общения: учеб. пособие / И.И. Аминов. – М.: Омега-Л, 2006.
6. Грейдина Н.Л. Основы коммуникативной презентации: учеб. пособие / Н.Л. Грейдина. – М.: АСТ: Восток-Запад, 2005.
7. Кукушкин В.С. Психология делового общения: учеб. пособие / В.С. Кукушкин. – М.: Март, 2003.

8. Горанчук В.В. Психология делового общения управленческих воздействий: Теория и практика: Учеб. пособие/В.В. Горанчук. – СПб.: Нева; М.: ОЛМА – ПРЕСС, 2003
9. Коэн С. Искусство переговоров для менеджеров. – М.: ФАИР-ПРЕСС, 2003.
10. Коддлер И. Успешная презентация. – М.: ОЛМА – ПРЕСС Инвест, 2003.
11. Петрунин Ю.Ю. Этика бизнеса: учеб пособие / Ю.Ю. Петрунин, Ю.Ю. Борисов. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Дело, 2004.
12. Кузин Ф.А. Культура делового общения: прак. пособие / Ф.А. Кузин, 2004.
13. Гестеланд Р.Р. Кросс-культурное поведение в бизнесе: маркетинговое исследование, ведение переговоров, менеджмент в различных культурах: пер. с англ. / Р.Р. Гестеланд, 2003.
14. Пиз Ал. Язык телодвижения. Как читать мысли окружающих по их жестам / Ал. Пиз; пер. с англ. Т. Новикова. – М.: ЭКСМО, 2005.
15. Сорокина А.В. Основы делового общения: конспект лекций / А.В. Сорокина, Ростов н/Дону: Феникс, 2004.
16. Рогов Е.И. Психология общения. – М.: ВЛАДОС.
17. Кузнецов И.Н. Технология делового общения: производственно-практическое издание / И.Н. Кузнецов. – М.: Ростов-на-Дону: Март, 2004.
18. Кузьмин Э.Л. Дипломатическое и деловое общение: правила игры / Э.Л. Кузьмин. – М.: НОРМА. 2005.
19. Пасюк А.Ю. Как убеждать в своей правоте: Современные психотехнологии убеждающего воздействия / А.Ю. Пасюк. – 3-е изд., стер. – М.: Дело, 2004.
20. Мартин Д. Язык делового общения / Д. Мартин, 2001.
21. Безручко В.Т. Презентация Power Point / В.Т. Безручко. – М.: Финансы и статистика, 2005.
22. Громова Н.М. Деловое общение: монография / Н.М. Громова. – М.: Экономистъ, 2005.

23. Митрошенков О.А. Эффективные переговоры: Практик. Пособие для деловых людей / О.А. Митрошенков, 2003.
24. Психология и этика делового общения / Ред. В.Н. Лавриненко. 4-е изд., перер. и доп. – М.: Юнити - Дана, 2000
25. Вайсман Дж. Мастерство презентаций / Дж. Вайсман; пер. с англ. А.Ю. Кураченко, 2004.
26. Шметткамп М. Искусство презентации: Ускоренный курс / М. Шметткамп; пер. с нем., науч. ред. пер. Т.В. Соломонович, 2005
27. Иззатдуст Э. Способы разрешения конфликта: сила оружия или сила слова?: Исторический очерк – М.: Academia, 2004.
28. Колтунова М.В. Язык и деловое общение. Нормы. Риторика. Этикет.: учеб. пособие: Рек. Мин. обр. РФ / М.В. Колтунова, 2000.
29. Титова Л.Г. Деловое общение: учеб, пособие: рек. УМЦ/ Л. Г. Титова. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005. - 272 с.:
30. Архангельская М.Д. Бизнес-этикет, или Игра по правилам: правила, принципы, рекомендации/ М. Д. Архангельская. - 3-е изд., доп. и перераб. - М.: Эксмо, 2006. -176 с.
31. Егоршин А.П. Этика деловых отношений: учеб, пособие: рек. Мин. обр. РФ/ А. П.Егоршин, В. П. Распопов, Н. В. Шашкова. - Нижний Новгород: Изд-во Нижегород. ин-та менеджмента и бизнеса, 2005. - 404 с.

Перечень методических указаний по проведению конкретных видов учебных занятий

1. Михайлова Е.В. Тренинг презентации товара. Методические указания для начинающего тренера. – СПб.: Издательство "Речь", 2004. – 64с.
2. Фомин Ю.А. Психология делового общения. – 2 изд., перераб. и доп. – Мн.: Амалфея, 2000. – 384с.

ПРИЛОЖЕНИЕ А

Федеральное агентство по образованию
Государственное образовательное учреждение высшего
профессионального образования
«АМУРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ГОУВПО «АмГУ»)

Экономический факультет

Кафедра Маркетинга и предпринимательства

КОНТРОЛЬНАЯ РАБОТА

по дисциплине «Деловое общение»

вариант 2

Выполнил

студент 235 группы

Е.И. Петров

Проверил

Ст.преподаватель

И.О. Фамилия

Благовещенск

2007