

Лабораторная работа №1 Ролевая игра «Деловая беседа»

I. **Исходные данные (описание ситуации):** вам необходимо провести деловую беседу при приеме на работу сотрудника.

ЗАДАНИЕ: разработайте стратегию проведения деловой беседы при приеме на работу сотрудника во время собеседования. (MS Word, Times New Roman, 14 кегль, единичный интервал, объем – 3 печатных листа)

Самопрезентация

Всего четыре секунды нужно для того, чтобы произвести на партнера первое впечатление, а сколько времени понадобится, чтобы изменить его?!

Положительный имидж

Если участнику деловой коммуникации не удастся так преподнести себя, чтобы сформировать у партнера положительный и престижный образ, рассчитывать на успех не приходится. Наш образ – это наш портрет, который мы показываем окружающим. Он должен работать на нас, а не против нас, должен правдиво отображать лучшие качества и при этом быть простым и искренним.

Составляющие имиджа делового человека – это впечатление, которое он производит (внешний вид, речь, манеры, окружающие его люди и вещи), и его деловые качества.

Анализ своих целей

Преуспевающий деловой человек должен выглядеть как преуспевающий деловой человек. В бизнес-практике особое внимание уделяется такой личностной характеристике, как способность вызывать доверие. Обманчиво первое впечатление или нет, деловой человек должен сделать все, чтобы понравиться своему деловому партнеру с первого раза.

Вспомните фактор преимущества, фактор привлекательности, фактор отношения к нам.

Приемы установления контакта:

- улыбка, доброжелательный взгляд;
- приветствие, включающее рукопожатие и слова;
- обращение к партнеру по имени-отчеству, с этой целью –

представление, знакомство, обмен визитными карточками;

- проявление дружеского расположения, использование для этого шутки, юмора, комплиментов, видимого участия;
- подчеркивание значимости партнера, фирмы, которую он представляет, проявление уважения к нему, демонстрируемое словами, мимикой, жестами, позой, организацией пространственной среды;
- открытое признание достоинств вашего партнера.

Уверенность в себе

Уверенность в себе несомненно способствует успеху самопрезентации, ибо неуверенный в себе человек, все подвергает сомнению, прежде чем что-то сказать, сомневается в своих возможностях, долго думает. Для развития уверенности в себе делайте следующее:

1. Перестаньте критиковать самого себя.
2. Перестаньте жаловаться.
3. Займитесь своей физической формой.
4. Обретите независимость.
5. Смотрите на мир позитивно.

Типичные признаки человека, который «закрыт» для других:

- он испытывает страх, нерешителен, ему недостает веры в свои силы;
- он пессимист, отличается недоверчивостью, рассчитывает только на плохое;
- он редко смеется и проявляет свою радость, редко говорит «спасибо»;
- он часто отказывается, чаще говорит «нет», чем «да»;
- о себе он говорит, что работа приводит его в стрессовое состояние, что у него практически нет свободного времени;
- он ругается, брюзжит, выказывает себя умником;
- он слишком много говорит о себе и слишком мало слушает;
- он часто действует суевливо, нервозно, с раздражением;
- он распространяет вокруг себя гнетущую, недружелюбную обстановку, он действует «против».

Человек «открыт», если:

- он уверен в себе, знает свои цели и знает, чего хочет;
- он оптимист, он ищет и видит в других прежде всего хорошее;
- он сначала думает о клиенте, потом о фирме, потом о себе;

- он – жизнерадостный, веселый человек;
- он с пониманием относится к другим, чаще говорит «да», чем «нет»;
- он не предъявляет чрезмерных требований к себе и не позволяет это делать другим, у него хватает времени на все его проекты и замыслы;
- он не брюзжит, внимательно слушает собеседника, старается как можно большему научиться у других людей;
- от него исходит доброта и внутреннее спокойствие.

Ролевая игра «Прием на работу»

Цель. Провести деловые беседы с поступающими на работу на конкурсной основе. Определить соответствие требованиям должности, выявить лучшего претендента.

Подготовка к игре. Выбирается один человек для исполнения роли директора фирмы или менеджера по персоналу. Его задачи:

- продумать название фирмы, придумать вакансии;
- составить личностную спецификацию для вакантной должности: физические особенности (обязательные требования и противопоказания); имидж претендента; образование, наличие квалификации; компетентность; личностные и деловые характеристики; интересы; данные о претенденте (пол, возраст, прописка, семейное положение и т.п.);
- провести собеседование.

Задачи претендентов на должность:

- ознакомиться с содержанием труда специалиста, на чью должность составлена вакансия;
- выяснить требования, которые предъявляются такому специалисту;
- составить резюме;
- продумать ответы на вопросы, которые могут быть заданы;
- подготовить не менее 5 вопросов, которые задаст работодателю претендент;
- отработать версии самопрезентации.

На каждую объявленную должность может быть принят только один претендент.

Какие вопросы вам могут задать на собеседовании?

1. Расскажите немного о себе.
2. Как вы смотрите на жизнь: какие видите в ней сложности и как с ними справляетесь?
3. Чем вас привлекает работа у нас в данной должности?

4. Почему вы считаете себя достойным занять эту должность? В чем ваши преимущества перед другими кандидатами?
5. Каковы ваши сильные стороны?
6. Каковы ваши слабые стороны?
7. Почему вы ушли с предыдущей работы?
8. Получали ли вы другие предложения о работе?
9. Не помешает ли ваша личная жизнь данной работе, связанной с дополнительными нагрузками?
10. Как вы представляете свое положение через пять (десять) лет?
11. Какие изменения вы бы произвели на новой работе?
12. На какую зарплату вы рассчитываете?
13. Что вы можете рассказать о своих профессиональных связях, которые вы могли бы использовать на новой работе?
14. Как вы повышаете свою профессиональную квалификацию?
15. Чем вы любите заниматься в свободное время?
16. В какие сроки вы могли бы приступить к работе?
17. За что вас критиковали последние четыре года?
18. Вы чаще соглашаетесь или спорите и почему?
19. Какие из своих должностных обязанностей вы выполняете с наибольшим удовольствием?
20. Назовите те ситуации, в которых вам не удалось добиться успеха. Почему?
21. Как вы относитесь к методу принуждения и угроз по отношению к подчиненным? В каком случае следует прибегать к угрозам?
22. Часто ли вы используете похвалу в адрес подчиненных и других людей?
23. Человеку свойственно приукрашивать себя, устраиваясь на работу. В чем вы приукрасили себя?

II. Цель работы: научить студентов правильному ходу деловой беседы, умению выбирать тактику на ее проведение, умению аргументировать и умению самопрезентации.

Приобрести компетенцию ОПК-4, ОПК-7.

III. Методические указания по выполнению работы.

1 Деловая беседа

Деловая беседа – одна из основных форм деловой коммуникации, специально организованный предметный разговор, служащий решению определенных профессиональных задач. В отличие от деловых переговоров, которые значительно более жестко структурированы и ведутся между представителями разных организаций, деловая беседа более личностно ориентирована и чаще происходит между представителями одной организации.

Посредством деловой беседы реализуется стремление одного человека или группы людей к действию, которое изменит хотя бы одну из сторон какой-либо ситуации или установит новые отношения между собеседниками. В мире бизнеса или политики такого рода общение представляет устный контакт между сторонами, которые обладают необходимыми полномочиями от своих организаций или стран для их проведения и разрешения конкретных проблем.

Деловая беседа, как правило, состоит из пяти фаз:

- Начало беседы,
- Передача информации.
- Аргументирование,
- Опровержение доводов собеседника,
- Принятие решения.

Деловые беседы реализуют следующие функции:

- Поиск новых направлений и начало новых перспективных мероприятий,
- Обмен информацией,
- Поддержание деловых контактов на уровне предприятия, фирмы, отрасли, страны.
- Взаимное общение работников из одной деловой среды,
- Поиски и оперативная разработка рабочих идей и замыслов,
- Контроль над начатыми мероприятиями.

Лицам, ведущим беседу, следует придерживаться такой структуры, хотя это не всегда возможно.

1. Начало беседы. Очень часто первая фаза беседы осуществляется лишь частично или вообще пропускается. На первой фазе беседы необходимо:

- Установить контакт с партнером,
- Создать приятную атмосферу для беседы,
- Привлечь внимание и интерес партнера к беседе,
- Если необходимо, перехватить инициативу в свои руки.

2. Передача информации. Данная фаза логически продолжает начало беседы и одновременно является переходной к фазе аргументации. Она создает предпосылки для аргументации и состоит из четырех этапов: обсуждение проблемы, передача

информации, закрепление информации и обозначение нового направления информирования. Для подготовки к данной фазе рекомендуется:

- Собрать необходимую информацию по проблемам партнера,
- Выявить его мотивы и цели,
- Передать ему запланированную информацию,
- Проанализировать позицию партнера по услышанной информации.

3. Фаза аргументации. На данной фазе формируется предварительное мнение, занимает определенная позиция по данной проблеме. Для достижения целей нашей аргументации важно:

- Оперировать простыми, ясными, точными и убедительными понятиями, так как убедительность можно легко «потопить» в море слов и аргументов, особенно если они неясны и неточны;
- Помнить, что доводы и доказательства, разъясненные по отдельности, намного эффективнее достигают цели, чем если их преподнести все вместе сразу.;
- Продолжать оперировать только теми аргументами, которые приняты собеседниками,
- Не забывать, что излишняя убедительность вызывает отпор со стороны собеседника, особенно, если у него агрессивная натура,
- Попытаться как можно нагляднее изложить собеседнику свои идеи, соображения. Ручка и бумага являются, как правило, наиболее важными вспомогательными средствами в деловой беседе. Кроме того подберите необходимую информацию для подкрепления истинности своих слов, это могут быть выписки из газет, ссылки на электронные информационные ресурсы и т.д. Кроме того нужно точно и заранее знать где и что необходимо найти и предъявить во время протекания деловой беседы.

4. Фаза нейтрализации замечаний собеседника. Чаще всего встречаются следующие виды замечаний: невысказанные замечания, отговорки, предрассудки, ироничные замечания, стремление получить информацию, желание показать себя, субъективные замечания, объективные замечания, общие сопротивления, «последняя попытка».

Если на ваши доводы последовали возражения оппонента, то:

- Выслушивайте сразу несколько возражений, так как собеседник раздражается, если его перебивают, да еще на самом главном;
- Не спешите с ответом, пока не поймете суть возражения;
- Выясните, действительно ли возражения вызваны разными точками зрения, или вы сами неточно сформулировали суть вопроса;
- Вопросы задавайте так, чтобы собеседник оказался перед необходимостью выбора между двумя вариантами ответа.

Для их нейтрализации (опровержения) чаще всего применяются следующие приемы: ссылки, цитаты, «бумеранг», сжатие, одобрение и уничтожение, переформулировка, условное согласие, «эластичная оборона», принятые предпосылки, сравнения, метод опроса, прием «да – но», защитные меры, предубеждения, доказательство бессмысленности, отсрочка.

5. Фаза принятия решений и завершения беседы. Здесь особенно важен опыт, требуется деликатность и внимательность к собеседнику. Успешно завершить беседу – значит достигнуть заранее намеченных и запланированных целей этой беседы.

Существует порядок завершения деловой беседы:

- В связи с окончанием беседы свободно обращайтесь к собеседнику с вопросом, согласен ли он с предметом беседы.
- Не проявляйте неуверенности в фазе принятия решения. Если вы колеблетесь в момент принятия решения, то не удивляйтесь, если начнет колебаться и собеседник.
- Всегда оставляйте в запасе один сильный аргумент, подтверждающий главный тезис, на тот случай, если собеседник в момент принятия решения начнет колебаться.
- Как только будет принято решение, поблагодарите собеседника, поздравьте его с разумным решением, скажите ему, что он будет доволен своим выбором и удалитесь.

Особое значение в деловой беседе имеет знание особенностей методов и техник аргументации.

2 Основные методы и техники аргументации существуют следующие:

- **Фундаментальный метод** (Представляет собой прямое обращение к собеседнику, которого вы знакомите с фактами и сведениями, являющимися основой вашего доказательства. Если речь идет о контраргументах, то надо пытаться оспорить и опровергнуть доводы собеседника. Важную роль здесь играют цифровые примеры. Цифры выглядят более убедительно. Цифровые данные во всех дискуссиях являются самыми надежными доказательствами. Это происходит еще и

потому, что в данный момент никто из присутствующих не в силах опровергнуть данные цифры).

- Метод противоречия (основан на выявлении противоречий в аргументации противника, по своей сущности этот метод является оборонительным),
- Метод извлечения выводов (основан на точной аргументации, которая постоянно, шаг за шагом, посредством частичных выводов приводит к желаемому выводу. При использовании данного метода следует обращать внимание на так называемую кажущуюся причинность. Обнаружить ошибку такого рода бывает не так просто, что необходимо учитывать).
- Метод сравнения (имеет исключительное значение, особенно, когда сравнения подобраны удачно),
- Метод «да – но» (часто партнер приводит хорошо подобранные аргументы. Однако они охватывают или только преимущества или только слабые стороны. Но поскольку в действительности у любого явления имеются как плюсы, так и минусы, то можно применить метод (да – но), который позволяет рассмотреть и другие стороны предмета обсуждения. В данном случае вам надо спокойно согласиться с партнером, а потом начать характеризовать этот предмет с противоположной стороны и трезво взвесить, чего здесь больше – плюсов или минусов.)
- Метод кусков (заключается в расчленении выступления партнера таким образом, чтобы были ясно различимы отдельные части. Эти части можно прокомментировать, например, так: «Это точно»; «Об этом существуют различные точки зрения»; «Это и то полностью ошибочно». При этом целесообразно не касаться наиболее сильных аргументов партнера, а преимущественно ориентироваться на слабые места и пытаться именно их и опровергнуть).
- Метод «бумеранга» (дает возможность использовать оружие партнера против него самого. Этот метод не имеет силы доказательства, но оказывает исключительное действие, если применять его с изрядной долей остроумия.)
- Метод игнорирования (очень часто бывает, что факт, изложенный партнером не может быть опровергнут, но зато его можно с успехом проигнорировать).
- Метод опроса (основан на том, что вопросы задаются заранее. Конечно, не всегда целесообразно сразу открывать свои карты. Но все же можно задать партнеру заранее ряд вопросов, чтобы хотя бы в основном выявить его позицию.)

- Метод видимой поддержки (например, партнер изложил свои аргументы и теперь вы берете слово. Вы ему не возражаете и не противоречите, а, к изумлению всех присутствующих, наоборот, приходите на помощь, приводя новые доказательства в его пользу. Но только для видимости. А затем следует контрудар, например: «Вы забыли в подтверждение ваши мысли привести и такие факты... но все это вам не поможет, так как...». Теперь наступает черед ваших контраргументов. Таким образом создается впечатление, что точку зрения партнера вы изучили более основательно, чем он сам, и после этого убедились в несостоятельности его тезисов, однако этот метод требует особо тщательной подготовки.)

Итак, мы рассмотрели методы аргументирования, основанные на логических доказательствах, а теперь рассмотрим спекулятивные методы аргументирования, которые лучше назвать уловками и применять в серьезной дискуссии не следует, но знать их нужно, чтобы обезопасить себя от нечестного оппонента:

- Техника преувеличения – заключается в обобщении любого рода и преувеличении, а также составлении преждевременных выводов.
- Техника анекдота. Одно остроумное или шутовское замечание, сказанное вовремя, может полностью разрушить даже тщательно построенную аргументацию).
- Техника использования авторитета – состоит в цитировании известных авторитетов, которые зачастую все же нельзя применять как доказательство точки зрения, ибо речь может идти совсем о другом.
- Техника дискредитации партнера – основывается на следующем правиле: если я не могу опровергнуть существо вопроса, тогда личность собеседника можно поставить под сомнение. Что делать, если ваш партнер опустил до такого уровня? Конечно, вы не последуете его примеру, а хладнокровно объясните присутствующим его вероломство. Рекомендуются даже в отдельных случаях проигнорировать такой выпад.
- Техника изоляции – основывается на выдергивании отдельных фраз из выступления, их изоляции и преподнесении в урезанном виде, чтобы они имели значение, совершенно противоположное первоначальному. Абсолютно не корректно также упустить то, что предшествует констатации или следует сразу за ней.
- Техника изменения направления – заключается в том, что партнер не атакует ваши аргументы, а переходит к другому

вопросу, который по существу не имеет отношения к предмету дискуссии. Практически он пытается обойти горячее место и вызвать у вас интерес к другим проблемам. К этой ситуации вы должны быть предельно внимательны, чтобы своевременно предотвратить любой маневр подобного рода.

- Техника введения в заблуждение – основывается на сообщении партнером путанной информации. Он сознательно быстро и основательно все перемешивает и старается всех сбить с толку и таким образом уйти от обсуждения нежелательной для него темы. Как поступить в данном случае? Следует как под микроскопом рассмотреть каждый пункт выступления такого партнера и спокойно продолжать дискуссию.
- Техника отсрочки. Ее целью является создание препятствий для ведения дискуссии или ее затягивания. Партнер задает уже отработанные вопросы, требует разъяснений по мелочам, чтобы выиграть время. Эту технику нельзя считать безусловно спекулятивной. В этом случае желательно не показывать удивления и не проявлять смущения. Дискуссия может быть острой, но при этом всегда должна оставаться честной. Если партнер вас убедил, то это следует признать.
- Техника апелляции – представляет собой опасную форму «вытеснения» процесса рассуждения. Партнер здесь выступает не как специалист, а как человек, взывающий к сочувствию. Воздействуя на ваши чувства, он ловко обходит нерешенные деловые вопросы во имя каких-то неопределенных морально-этических норм. Если партнер применяет эту технику, вы должны сразу же попытаться повернуть дискуссию на «деловые рельсы», хотя это часто бывает очень не легко сделать, так как такая техника направлена на чувства сторон и блокирует путь к разуму.
- Техника вопросов-«капканов» - основывается на совокупности предпосылок, рассчитанных на внушение. Эти вопросы подразделяются на три группы.
- Повторение. Один и тот же вопрос или утверждение повторяется много раз, что рано или поздно ослабляет ваше критическое мышление.
- Альтернатива. Альтернативные вопросы «закрывают горизонт», подразумевают только такие ответы, которые соответствуют концепции вашего партнера.
- Контрвопросы. Вместо того, чтобы заняться проверкой и возможным опровержением ваших доказательств, партнер

задает вам контрвопросы. Лучше всего сразу же от них отговориться.

- Техника искажения – представляет собой неприкрытое извращение того, что мы сказали, или перестановку акцентов. К технике искажения очень близка демагогия, то есть совокупность приемов, позволяющих создать впечатление правоты, не будучи правым. Демагогия находится между логикой и ложью, отличаясь от логики отстаиванием неверных суждений, а от лжи – подведением слушателя к ложным выводам, не формулируя этих выводов, предоставляя это сделать самому собеседнику.

Подводя общий итог всему ранее изложенному, сформулируем основные принципы успешного ведения деловой беседы:

- Если вы не в состоянии привлечь внимания собеседника, если он вас не слушает, зачем вам вообще что-то говорить. Поэтому, первый принцип – привлечь внимание собеседника (начало беседы),
- Если ваш собеседник проявляет интерес к беседе, это означает, что ваше выступление будет ему полезно и он будет с вниманием слушать вас. Следовательно, вы должны заинтересовать собеседника – это второй принцип (передача информации).
- Следующий шаг заключается в том, что бы на основе вызванного интереса убедить собеседника в том, что он поступит разумно, согласившись с вашими идеями и предложениями, так как их реализация принесет ему и его фирме определенную пользу. Это третий принцип ведения деловой беседы – принцип детального обоснования (аргументация).
- Собеседник заинтересовался вашими идеями и предложениями, понял их целесообразность, но все еще ведет себя осторожно и не видит возможностей применения этих идей и предложений на своем предприятии или фирме. Вызвав интерес и убедив собеседника в целесообразности высказанного, вы должны выяснить и разграничить его желания. Таким образом, четвертый принцип – выявить интересы и устранить сомнения вашего собеседника (парирование замечаний).
- И пятый, основной, принцип ведения деловой беседы заключается в преобразовании интересов собеседника в окончательное решение (принятие решения).

Следует отметить, что многое из того, что было рассмотрено в рамках деловой беседы – основной формы деловых

коммуникаций, будет характерно и для других форм (особенно то, что касается методов и техник аргументации), в том числе для деловых переговоров и дискуссий.

Ход проведения лабораторной работы:

1. Проанализируйте все вышеуказанные данные.
2. Проведите деловую беседу.

Результаты и защита.

В качестве планируемого результата по выполнению лабораторной работы должно быть предоставлено:

1. Анализ начальных данных проблемной ситуации.
2. Описание хода протекания деловой беседы.

IV. Форма отчета

Отчет по лабораторной работе должен содержать:

1. Фамилию, имя, отчество, номер группы обучающегося, выполнившего работу.
2. Название и цель лабораторной работы;
3. Название и описание приобретенных компетенций;
4. Анализ и результат принятия решения по заданной ситуации с пояснениями.
5. Выводы и предложения.