

Министерство образования и науки Республики Алтай
БПОУ РА «Горно-Алтайский педагогический колледж»

Методика проведения деловой беседы, собрания, приёмов, совещаний, пресс- конференций

Подготовила: Паутова С.С
Студентка 41 группы

- **Деловая беседа** -представляет собой акт непосредственной коммуникации в официально-деловой сфере, осуществляемой с помощью вербальных и невербальных средств.



Рекомендации по ведению деловых бесед:

- • заранее написать план беседы, отработать наиболее важные формулировки;
- • применять принцип периодического воздействия на собеседника в ходе беседы: неблагоприятные моменты и факты чередовать с благоприятными, в начале и в конце говорить о положительных фактах;
- • постоянно помнить о движущих мотивах собеседника: его ожиданиях, преимуществах, которых он добивается посредством этой беседы, его позиции, его желании самоутвердиться, его чувстве справедливости, его самолюбии;
- • избегать присутствия посторонних, незаинтересованных лиц;
- • в любой ситуации быть вежливым, проявлять безукоризненный вкус;
- • облегчать собеседнику положительный ответ;

- • следует избегать вопросов, на которые собеседник может ответить «нет»;
- • подробно объяснять свою позицию, если собеседник с ней не соглашается;
- • не отвлекаться от предмета беседы и избегать попутных отступлений, выражаться убедительно и в оптимистической манере. Необходимо также помнить, что нормальному ходу диалога мешает, когда бестактно обрывают собеседника на полуслове, неоправданно лишают его возможности высказать свое мнение, игнорируют или высмеивают аргументы партнера, подтасовывают факты, высказывают необоснованные подозрения и т.д.

Особенности деловой беседы:

- дифференцированный подход к предмету обсуждения с учетом коммуникативной цели и особенностей партнеров в интересах доступного и убедительного изложения позиций сторон;
- быстрота реагирования на высказывания партнеров; критическая оценка мнений и предложений партнеров;
- аналитический подход к учету и оценке субъективных и объективных факторов; ощущение собственной значимости и повышение компетентности партнеров в результате критического разбора других точек зрения по данной проблеме;
- ощущение сопричастности и ответственности в решении проблем.

- **Собрание** («синантиси») — совместное присутствие группы людей в определённом месте для обсуждения разных тем или решения определённых проблем. Совместное заседание членов какой-либо организации либо сами члены этой организации.



Деловые приёмы

- **Деловые приемы**- бывают официальными и неофициальными. Первые устраиваются главами государств, правительствами, консульствами, военными атташе, торговыми представительствами по случаю национальных праздников, пребывания государственных руководителей, иностранных делегаций, открытия крупных выставок и конференций, заключения международных соглашений. Остальные деловые приемы считаются неофициальными. Приемы обычно проводятся по правилам дипломатического протокола и этикета.

- Первые устраиваются главами государств, правительствами, консульствами, военными атташе, торговыми представительствами по случаю национальных праздников, пребывания государственных руководителей, иностранных делегаций, открытия крупных выставок и конференций, заключения международных соглашений. Остальные деловые приемы считаются неофициальными. Приемы обычно проводятся по правилам дипломатического протокола и этикета.

- **Совещание** — это заседание или собрание, посвященное обсуждению каких-либо вопросов: Особое **совещание** — в России и Союзе ССР название некоторых комиссий смешанного состава из административных лиц и представителей общества для рассмотрения различных важных вопросов и разработки законопроектов в различных областях государственных дел



Этапы совещаний

Задача ведущего по существу вопросов	Задача ведущего по регулированию отношений между участниками
1. Подготовительный этап	
<p>Дать необходимую для участия в совещании информацию (иногда это просто повестка дня, иногда участникам необходимо предварительно ознакомиться с несколькими вариантами нового проекта и т. п.).</p>	<p>Эмоционально настроить на конструктивное взаимодействие, сформировать «правильные» ожидания у участников (это особенно важно, если обсуждаемый вопрос вызывает споры и разногласия в коллективе или в силу каких-либо других причин сложилась конфликтная ситуация).</p>
2. Начало совещания	
<p>Сформулировать тему и цель совещания. Это можно сделать на доске или листе флипчарта (ватмана)</p>	<p>Задать тон всему совещанию (часто для этого используются своеобразные ритуалы: рассаживание участников, приветствие)</p>
3. Основная часть совещания	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Озвучить проблему (либо задачу), ради которой собрано совещание. Предоставить возможность участникам высказать свое мнение, обозначить интересы. 2. Утвердить вопросы, по которым должно быть принято решение на совещании. 3. Обеспечить процесс выработки группой (отдельными участниками) вариантов решения задачи. 4. Обеспечить процесс принятия решений по выдвинутым вопросам, добиться распределения ответственности между исполнителями. 	<p>Организовать свободное обсуждение темы совещания, атмосферы, способствующей генерации идей, конструктивному принятию решения.</p>
4. Завершение совещания	
<p>Раздать участникам решения или другие результаты совещания в письменном виде. Если вы не успеваете сразу, сделайте это через час-два после совещания.</p>	<p>Эмоционально завершить разговор и взаимодействие (это особенно важно, когда в процессе совещания велись горячие споры).</p>

Методика организации и проведения деловых совещаний

- Для достижения целей совещания необходимо досконально подготовить и четко организовать их проведения с учетом совокупности обязательных элементов.
- Подготовка совещания начинается с определения необходимости и целесообразности проведения делового совещания. Во время обоснования необходимости совещания менеджер должен сформулировать задачи, которые требуют оптимального и своевременного решения. Совещание имеет смысл, если есть необходимость в обмене информацией; выявлении мнений и альтернатив; анализе сложных (нестандартных) ситуаций; принятии решения относительно комплексных вопросов. Менеджер должен проанализировать все альтернативы проведения совещания: решение высшего руководителя; возможность решения вопроса по телефону; селекторное совещание возможность объединения с другими (плановыми) совещания. И если после этого менеджер убедится в полезности совещания, ее можно проводить. В противном случае от совещания необходимо отказаться. После того, как принято решение о необходимости проведения совещания, определяют повестку дня и состав ее участников.

- Во время подготовки повестки дня необходимо определить:
- 1) тему соответствующего совещания и содержание обсуждаемых проблем;
- 2) условия, которые должен удовлетворять конечный результат совещания, для определения цели совещания;
- 3) кто и какую подготовительную работу должен проводить (целесообразно создать рабочую группу для формирования повестки дня, проведение предварительных совещаний в подразделениях).

- **Пресс-конференция** - один из самых известных способов привлечь внимание средств массовой информации к организации. Однако при этом — и один из самых трудоемких, равно как и неэффективных при несоблюдении определенных технологий организации и проведения. Поэтому, возможно, компании будет проще обойтись без лишней головной боли... Но все же позитивный результат технологично «сделанной» пресс-конференции может превзойти все ожидания. В общем, важно принять решение, которое будет в данной ситуации наиболее верным.



Основные этапы организации пресс-конференции

- 1. Определение целей и задач пресс-конференции.
- 2. Выработка и формулирование главной и вспомогательной темы.
- 3. Выяснение имен и должностей спикеров, а также необходимое для их доклада оборудование (видео, проектор, перевод, лазерная указка, микрофоны в зале для желающих задать вопросы и т.д.).

Подготовка и проведение пресс-конференции

- **Определение темы**
- **Выбор места и времени проведения**
- **Определение круга СМИ**
- **Приглашение**
- **Подготовка выступающих и ведущего**
- **Подготовка раздаточных материалов, пресс-папки**
- **Предварительный обзвон**
- **Регистрация**
- **Представление участников**
- **Выступления**
- **Ответы на вопросы**
- **Завершение: угощение и неформальное общение**
- **«Разбор полетов», выборочный обзвон**
- **Отслеживание публикаций**
- **Благодарности репортерам, редакторам**

Технология проведения пресс-конференции

- Обычно в ходе пресс-конференции её участники отвечают на вопросы журналистов прямо или косвенно связанные с темой пресс-конференции.
- Примерно за неделю до ожидаемой пресс-конференции необходимо оповестить те СМИ, чьё присутствие необходимо на пресс-конференции, в зависимости от её темы. Как правило, это делается путём рассылки пресс-релизов (официальных сообщений для прессы) по электронной почте или по факсу.
- После рассылки пресс-релизов необходимо убедиться в получении, позвонив по телефону.
- Накануне перепроверяется количество принявших приглашение, тех, кто посетит пресс-конференцию.
- Важно присутствие «узнаваемых персонажей». Поэтому нужно заранее наладить с ними контакт и пригласить, заинтересовав их.