
174.4 (075.8)

ВЕДЕНИЕ ПЕРЕГОВОРОВ (ДЕЛОВОЙ БЕСЕДЫ) – ЧАСТЬ 2

Горшенина Е.В., руководитель учебно-методического отдела ООО «ИнтерКонсалт», д.э.н., профессор

Редакция журнала «Экономические исследования» продолжает публикацию материалов в разделе: «Приёмы делового общения. Практикум». В данном номере журнала вниманию читателей предлагается одна из тем раздела: «Ведение переговоров (деловой беседы) – часть 2». Часть 1 опубликована в четвёртом номере журнала за 2024 год.

The editorial board of the journal of Economic Research continues to publish materials in the section: "Business communication techniques. Practicum". In this issue of the magazine, readers are offered one of the topics of the section: "Conducting negotiations (business conversation) – part 2". Part 1 is published in the fourth issue of the journal for 2024.

Ключевые слова: переговоры, деловая беседа, «вы-подход», замечания, аргументация.

Keywords: negotiations, business conversation, "you are the approach", remarks, argumentation.

Переговоры – это диалог с одним или несколькими оппонентами с целью достижения соглашения по одному или нескольким вопросам, в решении которых существуют противоречия.

Деловая беседа – это устный контакт между деловыми партнерами, разрешения деловых проблем или выработки конструктивных подходов к их решению.

«Вы-подход» – это умение человека, ведущего беседу, поставить себя на место собеседника, чтобы лучше его понять.

Замечание – это краткое суждение, высказанное устно или письменно по поводу чего-либо увиденного, услышанного, прочитанного.

Аргументация – это метод убеждения, предназначенный для рационального обоснования какого-либо утверждения при помощи других утверждений.

ЗАДАНИЕ 6

- Оцените, умеете ли Вы строить аргументацию? Знаете ли Вы приёмы и техники, приведённые на рисунке ниже?
-
-



- Используйте следующие советы по проведению фазы аргументирования:
 - ✓ собеседник «слышит» или понимает намного меньше, чем хочет показать;
 - ✓ преувеличение – одна из форм лжи;
 - ✓ аргументы должны быть достоверными для собеседника, следует оперировать только теми аргументами, которые приняты собеседником;
 - ✓ три-четыре ярких довода достигают большего эффекта, чем множество «средних» аргументов;
 - ✓ точно расставленные паузы часто оказывают большее воздействие, чем поток слов;
 - ✓ всегда признавать правоту собеседника, когда он прав, даже если это может иметь неблагоприятные последствия;
 - ✓ употреблять терминологию, понятную собеседнику;

-
- ✓ «излишняя» убедительность вызывает отпор со стороны собеседника (эффект «бумеранга»);
 - ✓ наглядно излагать собеседнику свои доказательства (схемы, публикации, слайды);
 - ✓ ключевая» фраза часто оказывает решающее воздействие на результаты беседы.

Список литературы

1. Жернакова, М.Б. Деловые коммуникации: Учебник и практикум для прикладного бакалавриата / М.Б. Жернакова, И.А. Румянцева. – Люберцы: Юрайт, 2016. – 370 с.
2. Корягина, Н. А. Самопрезентация и убеждающая коммуникация: учебник и практикум для вузов. – Москва: Юрайт, 2024. – 378 с.

! Продолжение публикации материалов раздела «Приёмы делового общения. Практикум» в следующих номерах журнала.