



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

Выполнила: Крексибесова Д. 41 гр.

**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.

**Собрание** - устное коммуникативное взаимодействие коллектива, которое организуется руководителем организации для обмена определенной деловой информацией, связанной с жизнедеятельностью коллектива.





**Деловое совещание** — это деятельность, связанная с принятием важных решений узкой группой заинтересованных лиц, обладающих определенными полномочиями, соответственно такие особенности группового поведения, как распределение ролей в группе, отношения между членами группы, групповое давление, оказывают серьезное влияние на характер выступлений участников совещания и его результаты.



## **Основными целями и задачами совещаний являются:**

поддержание политики компании, а также ее развитие и доведение до всех сотрудников;  
интеграция действий всех служб и подразделений в соответствии со стратегической целью компании;  
определение новых задач и оценка эффективности уже реализованных кампаний;  
решение возникающих вопросов.



## **Методы проведения совещания:**

- обеспечение начала работы совещания в точно назначенное время, представление участников, объявление повестки дня и изложение предмета и цели совещания;
- четкое и понятное всем присутствующим изложение выдвинутой на обсуждение проблемы, постановка вопросов, выделение основных моментов, что способствует возникновению на совещании творческой дискуссии;
- тщательная фиксация выступлений участников совещания, вскрывающих трудности и препятствия и показывающих пути их преодоления;
- корректное прерывание тех выступлений, которые повторяют в общих чертах уже изложенные факты, носят нерациональный, пространный, противоречивый и поверхностный характер или лишены конкретности;



- стремление к достижению цели совещания с позиции экономии времени;
- периодические обобщения уже достигнутого, четкая формулировка задач, которые еще предстоит решить, немедленное выяснение всех недоразумений, возникающих между участниками совещания;
- нейтрально-доброжелательное обращение ко всем участникам совещания;
- обобщение результатов в заключительной ситуации совещания, определение вытекающих задач, указание лиц, ответственных за их исполнение, благодарность сотрудникам за участие в работе совещания;
- безупречное владение этикетом официально-деловой коммуникации у ведущего и всех участников совещания.

**Деловые приемы** нередко являются частью значимого мероприятия делового или дипломатического характера (например, визита официальной делегации). Они позволяют обсудить важные вопросы и принять решения в более непринужденной по сравнению с рабочими встречами обстановке.



## Как организовать приём:

- выбрать дату, время и место его проведения;
- рассчитать бюджет мероприятия;
- разработать программу приема;
- утвердить список приглашенных лиц;
- разослать приглашения;
- продумать тосты и речи (на приемах с рассадкой);
- составить меню;
- подготовить схему рассадки гостей.

**Пресс-конференция** — мероприятие для СМИ, проводимое в случаях, когда есть общественно значимая новость или любой другой повод, и организация или отдельная личность, непосредственно связанные с этой новостью или поводом, желают дать свои комментарии по этому вопросу.





Пресс-конференцию проводят, как правило, в случае возникновения необходимости в выяснении спорных вопросов с общественностью и привлечении ее внимания к решению какой-либо проблемы. Также пресс-конференции созываются, если у журналистов возникло много вопросов к руководству компании, в преддверии или окончании какого-либо мероприятия (события).





## Методика проведения:

1. Сформулировать информационный повод пресс-конференции.
2. Выработать согласованную позицию компании по информационному поводу.
3. Обозначить цели пресс-конференции.
4. Найти название пресс-конференции.
5. Назначить ведущего и участников пресс-конференции, поставить им задачи.
6. Подготовить справочные данные, аргументы в поддержку позиции фирмы — цифры, факты, цитаты, выдержки из документов.
7. Подготовить, при необходимости, доклад (доклады) участников пресс-конференции.

8. Выбрать место для проведения пресс-конференции.
9. Подготовить план проведения конференции.
10. Разослать анонс по средствам массовой информации, опубликовать на веб-сайте компании.
11. Пригласить журналистов.
12. Подготовить зал для проведения пресс-конференции.
13. Подготовить, при необходимости, фуршет для участников пресс-конференции.
14. Подготовить исчерпывающие ответы на вопросы, которые остались без ответа на пресс-конференции, и передать их заинтересованным журналистам.