

# Лекция 4. Фазы деловых коммуникаций. Личность, как субъект деловых коммуникаций

## Фазы деловых коммуникаций

### Фазы:

1. **Фаза подготовки** - планирование переговоров (тема, варианты действий и др.), места и времени их проведения, подготовка документов, подготовка внешнего вида и прочее;
2. **Фаза установления контакта** - приветствие, представление, установление определенного настроя;
3. **Фаза концентрации** - сосредоточение внимания на поставленных вопросах, задачах и целях, словах собеседника;
4. **Фаза анализа** - анализ представленной информации и собеседников;
5. **Фаза аргументации** - высказывание и обоснование своих точек зрения;
6. **Фаза закрепления результатов** - подведение итогов договоренностей, назначение ответственности за решения;
7. **Фаза завершения контакта** - прощание, обмен любезностями.

Фазы **не зависят** от времени.

Завершайте любые контакты так, чтобы была **перспектива продолжения!**



Опыт

Совокупность определенных обстоятельств в данный момент времени.

## Факторы, влияющие на эффективные коммуникации:

1. Эффект "визуального имиджа";
2. Эффект первых фраз;
3. Эффект аргументации;
4. Эффект релаксации (перерыв или переключение на другую тему).



### Основные формы деловых коммуникаций (от третьего курса):

1. Деловая беседа;
2. Деловые переговоры;
3. Деловое совещание;
4. Телефонные переговоры;
5. Деловая переписка.

## Личность, как субъект деловых коммуникаций



### Личность

Социальный субъект, который раскрывается в деятельности, в социальных отношениях (общении)

## Направленность личности складывается из трех характеристик:

1. Потребности;
2. Интересы (индивидуальные характеристики на основе любознательности);
3. Мотивы (отвечает на вопрос зачем и почему мы это делаем, внутренние (человек сам находит аргументы чтобы что-то делать) и внешние (волшебный пинок: пишите и будет автомат и т.п.) стимулы есть)