КАК ИНОСТРАННЫЙ

РУССКИЙ ЯЗЫК

ТРКИ-1

Т. М. Балыхина
С. И. Ельникова

РУССКИЙ ЯЗЫК для бизнесменов

ДРОФА

КАК ИНОСТРАННЫЙ

РУССКИЙ ЯЗЫК

ТРКИ-1

Т. М. Балыхина
С. И. Ельникова

РУССКИЙ ЯЗЫК

для бизнесменов

МОСКВА
ДРОФА
2012

УДК 376.167.1:811.161.1
ББК 81.2Рус-9
Б20

Серия основана в 2010 году

Балыхина, Т. М.

Б20 Русский язык для бизнесменов : учебное пособие / Т. М. Балыхина, С. И. Ельникова. — М. : Дрофа, 2012. — 176 с. — (Русский язык как иностранный)

ISBN 978-5-358-09033-0

Бизнес-курс русского языка рассчитан на 120 часов занятий как под руководством преподавателя, так и для самостоятельного изучения.

Это новый интересный курс, включающий комплекс упражнений на развитие коммуникативно-речевых умений в профессионально-деловой сфере общения.

Структура курса даёт возможность творчески моделировать усвоение материала и организовывать как групповую, так и индивидуальную работу, рассчитанную на определённый уровень студентов (ТРКИ-1)

УДК 376.167.1:811.161.1
ББК 81.2Рус-9

Серия «Русский язык как иностранный»

Балыхина Татьяна Михайловна, **Ельникова** Светлана Игоревна

РУССКИЙ ЯЗЫК ДЛЯ БИЗНЕСМЕНОВ

Учебное пособие

Зав. редакцией *Е. А. Хамраева*. Ответственный редактор *Л. М. Саматова*
Художественный редактор *Ю. В. Христич*. Художественное оформление *И. В. Молчанова*. Технический редактор *И. В. Грибкова*. Компьютерная верстка *М. М. Яровицкая* . Корректор *И. В. Андрианова*

Санитарно-эпидемиологическое заключение № 77.99.60.953.Д.010105.09.08

Подписано к печати 27.06.12. Формат 70 × 90 $^{1}/_{16}$. Бумага офсетная. Гарнитура «Школьная». Печать офсетная. Усл. печ. л. 12,8. Тираж 1000 экз. Заказ № .

ООО «Дрофа». 127018, Москва, Сущевский вал, 49.

Предложения и замечания по содержанию и оформлению книги просим направлять в редакцию общего образования издательства «Дрофа»: 127018, Москва, а/я 79. Тел.: (495) 795-05-41. E-mail: chief@drofa.ru

По вопросам приобретения продукции издательства «Дрофа» обращаться по адресу:
127018, Москва, Сущевский вал, 49. Тел.: (495) 795-05-50, 795-05-51. Факс: (495) 795-05-52.

Торговый дом «Школьник». 109172, Москва, ул. Малые Каменщики, д. 6, стр. 1А.
Тел.: (499) 911-70-24, 912-15-16, 912-45-76.
Книжный магазин «УЗНАЙ-КА!». 127434, Москва, Дмитровское шоссе, д. 25, корп. 1. Тел.: (499) 976-48-60.
ООО «Абрис». 129075, Москва, ул. Калибровская, д. 31А.
Тел./факс: (495) 981-10-39, 258-82-13, 258-82-14. http://www.textbook.ru
ООО «Разумник». 129110, Москва, Напрудный пер., д. 15. Тел.: (495) 961-50-08. http://www.razumnik.ru
Интернет-магазин «UMLIT.RU». http://www.umlit.ru
Интернет-магазин «Умник и К». http://www.umnikk.ru

Интернет-магазин: http://www.drofa.ru

ISBN 978-5-358-09033-0

© ООО «Дрофа», 2012

ПРЕДИСЛОВИЕ

Учебник «Русский язык для бизнесменов» содержит языковой и коммуникативно-речевой учебный материал, соответствующий уровню владения русским (иностранным) языком ТРКИ-1 в системе общеевропейских компетенций.

Название учебника отражает его общую направленность на формирование профессиональной коммуникативной компетенции у деловых людей, имеющих языковую подготовку в объёме уровней А1—А2 и желающих развивать, совершенствовать речевые навыки делового общения на русском языке. Курс рекомендуется использовать также при обучении студентов, аспирантов деловому русскому языку.

В написании учебника авторы руководствовались тематико-ситуативным принципом отбора и презентации учебного материала. Книга содержит 5 разделов (тем) и 15 уроков, которые наиболее актуальны для профессиональной коммуникации деловых людей.

Каждый урок включает тематически связанный текстовой материал, который сопровождается комплексом заданий, формирующих навыки и умения чтения, слушания, говорения, письменной речи — *делового взаимодействия*. В уроки включены серии заданий лексико-грамматического характера: «От слова — к мысли», «Грамматика для бизнесменов», а также упражнения, формирующие навыки и умения устного и письменного делового этикета, межкультурной коммуникации.

В рубрике «Словарь делового человека» представлен отобранный авторами необходимый минимум слов и терминов по каждой конкретной теме. Это лексические единицы, подлежащие активному усвоению.

Учебник характеризуется текстоцентрическим подходом к построению всего материала. Тексты отличает методически целесообразная информационная насыщенность, профессиональная, межкультурная, интеллектуальная ориентация.

Завершает уроки рубрика «Подведём итоги», которая ориентирована на беседу и закрепление достигнутых умений, на их осознание и формирование мотивации к дальнейшему освоению необходимого для делового общения материала.

Авторы надеются на то, что использование учебника сделает процесс обучения деловому общению познавательным, интересным, глубоким и значимым в плане формирования и развития способностей обучающихся в области делового русского языка.

Т. М. Балыхина, С. И. Ельникова

ТЕМА 1 ЧТО НУЖНО ЗНАТЬ ДЕЛОВОМУ ЧЕЛОВЕКУ О РОССИИ?

Урок 1

ЗНАКОМИМСЯ С РОССИЕЙ

Словарь делового человека

глубо́кий
грани́ца, *ж. р.*
грани́чить (иметь границу с другим государством)
грани́чить (по суше, по морю)
жить / прожива́ть *где?* (в России, в Англии, в Китае)
запа́сы, *мн. ч.*
минера́л, *м. р.*
населе́ние, *ср. р.*
о́зеро, *ср. р.*
пло́щадь, *ж. р.*
правосла́вие, *ср. р.*
принима́ть / приня́ть *что?* (религию, православие)
распространённый
река́, *ж. р.*
рели́гия, *ж. р.*
эне́ргия, *ж. р.*

Читаем текст, готовимся к беседе

Росси́я, Росси́йская Федера́ция — са́мое большо́е по пло́щади госуда́рство ми́ра. Грани́чит с 18 стра́нами: Норве́гией, Финля́ндией, Эсто́нией, Ла́твией, Литво́й, По́льшей, Белору́ссией, Украи́ной, Абха́зией, Гру́зией, Ю́жной Осе́тией, Азербайджа́ном, Казахста́ном, Кита́ем, Монго́лией, Се́верной Коре́ей; то́лько по мо́рю грани́чит с Япо́нией и США. Граждани́на Росси́и называ́ют россия́нин и́ли россия́нка. Населе́ние Росси́и — 143 миллио́на челове́к.

Ру́сские составля́ют бо́лее 80% населе́ния страны́. Бо́льшая часть населе́ния прожива́ет в города́х.

Россия́не говоря́т на ру́сском языке́. Число́ русскоязы́чных люде́й в настоя́щее вре́мя в ми́ре составля́ет о́коло 150 миллио́нов, из них в Росси́йской Федера́ции прожива́ет 115,9 миллио́на. Столи́ца Росси́и — Москва́ (12 миллио́нов жи́телей). В Росси́и ещё 10 городо́в с населе́нием

бóлее 1 миллио́на челове́к: э́то Санкт-Петербу́рг (5 миллио́нов челове́к), Новосиби́рск (1 миллио́н 400 ты́сяч челове́к), Екатеринбу́рг, Ни́жний Но́вгород, Сама́ра, Омск, Каза́нь, Челя́бинск, Ростóв-на-Дону́, Уфá. Са́мой распространённой рели́гией явля́ется правосла́вие, при́нятое в 988 году́.

Росси́я облада́ет бога́тыми запа́сами минера́лов и эне́ргии: э́то нефть, газ, у́голь, желе́зная руда́, алма́зы и др.

Росси́я изве́стна свои́ми ре́ками, крупне́йшие из них — Во́лга, её протяжённость 3530 киломе́тров, Аму́р, Дон. Лес, пре́сная вода́ — их запа́сы в Росси́и явля́ются са́мыми кру́пными в ми́ре. Са́мое больше́е и са́мое глубо́кое пресное о́зеро в ми́ре — Байка́л — та́кже нахо́дится в Росси́и.

Задание 1 **Проверьте, как вы поняли текст. Ответьте на вопросы.**

1) Какое государство мира самое большое по площади?
2) С какими странами Россия граничит по суше; по морю?
3) Как называют граждан России?
4) Сколько человек проживает в России?
5) На каком языке говорят русские?
6) Какой город является столицей России?
7) Сколько в России городов с населением более 1 миллиона человек? Назовите эти города.
8) Какая религия самая распространённая в России? Когда её приняли?

Задание 2 **Заполните пропуски, опираясь на материал текста.**

1) Россия ... по суше с 18 странами.
2) Россия граничит ... с Японией и США.
3) Российских ... называют россиянами или россиянками.
4) Граждан Японии ... японцами или японками.
5) Россия — самое ... по площади государство мира.
6) Россия — ... богатыми запасами минералов и энергии.
7) Москва — самый большой город России — ... жителей.
8) Санкт-Петербург — это город с населением ... .
9) Новосибирск — город ... 1 миллион 400 тысяч человек.
10) ... России составляет 143 миллиона человек.
11) Население Москвы ... 12 миллионов жителей.
12) Православие — самая ... религия в России.
13) Российские запасы минералов и энергии самые ... .
14) Озеро Байкал — самое ... в мире.
15) Волга — самая крупная река ... .

Задание 3 **Найдите в тексте синонимы к выделенным словам и словосочетаниям.**

1) Российская Федерация — самое большое **по территории** государство мира.
2) Россия **имеет** крупнейшие в мире **природные ресурсы**.
3) **Большинство граждан** России проживает в городах.
4) В России 10 городов с **миллионным населением**.
5) **Православная религия, православная вера** — самая распространённая в России.
6) **В Российской Федерации проживает** 143 миллиона человек.
7) Протяжённость реки Волги **равна** 3530 километрам.

Задание 4 **Расскажите собеседнику о России. Используйте для этого необходимые прилагательные и словосочетания.**

Крупный, большой — маленький; глубокий — мелкий; длинный — короткий; распространённый — малораспространённый;

крупный по площади, природным запасам, ресурсам пресной воды, запасам минералов; город с населением в (более, около);

граничить с (по суше, по морю).

Задание 5 **Расскажите, используя данные таблицы, откуда вы, кто вы по национальности, какой вы знаете язык.**

Модель: Я приехал в Россию **из Германии**. Я **немец**. Сейчас я живу в России. Я говорю **по-немецки** и **по-русски**.

Страна	Национальность	Страна	Национальность
Россия	россиянин, россиянка	Англия	англичанин, англичанка
Германия	немец, немка	Швейцария	швейцарец, швейцарка
США	американец, американка	Франция	француз, француженка
Япония	японец, японка	Монголия	монгол, монголка
Китай	китаец, китаянка	Чехия	чех, чешка
Корея	кореец, кореянка	Греция	грек, гречанка
Испания	испанец, испанка	Швеция	швед, шведка
Италия	итальянец, итальянка	Финляндия	финн, финка

Деловой этикет

Как познакомиться с партнёром по бизнесу?

Официальное знакомство через посредника

Посредник. Разрешите представить господина Чжао Юйцзяна. Чжао Юйцзян — ресторатор. У него есть известный русский ресторан в Пекине и китайский в Москве.

Чжао Юйцзян. Очень приятно!

Посредник. А это Морозов Евгений. Молодой, но опытный бухгалтер.

Морозов Евгений. Рад познакомиться!

Официальное знакомство без посредника

Чжао Юйцзян. Разрешите представиться. Чжао Юйцзян — ресторатор.

Морозов Евгений. Очень приятно. Морозов Евгений, бухгалтер.

Чжао Юйцзян. Рад познакомиться!

Это интересно!

У русских знакомство сопровождается не только приветствием, но и рукопожатием. В официальной обстановке приняты рукопожатия между мужчинами и женщинами. В неофициальной обстановке — только между мужчинами.

Русские, англичане, американцы в качестве приветственного жеста пожимают друг другу руки. Китаец в прежние времена, встречая друга, пожимал руку себе самому. Молодой американец приветствует приятеля, хлопая его по спине. Латиноамериканцы обнимаются. Французы целуют друг друга в щёку. Самоанцы обнюхивают друг друга.

Что должен думать японец, если европеец, вступая в беседу, не пожимает ему руку? Он может считать, что собеседник уважает его национальные обычаи: в Японии не принято здороваться за руку. Но, с другой стороны, он может счесть это неуважением лично к нему. Японец знает, что в обществе, к которому принадлежит партнёр, жест рукопожатия

принят. Даже сходные жесты могут в разных национальных культурах применяться по-разному. Например, в Венгрии мужчина при приветствии всегда приподнимает шляпу, а в нашей стране это делать совсем не обязательно и более свойственно людям старшего поколения. Жест рукопожатия при приветствии в Болгарии применяется значительно чаще, чем это принято у нас. Там, приветствуя группу собеседников, желательно пожимать руку каждому.

Задание 6 **Вы хотите познакомиться с бизнесменом, но не знаете, как его зовут и кто он по профессии. Как выяснить имя и профессию?**

Модель: — Простите, как вас зовут?
— Чжао Юйцзян. А вас?
— Меня зовут Николай Ветров.
— Простите, господин Ветров, чем вы занимаетесь?
— Я экономист. А вы, господин Юйцзян, менеджер?
— Нет, я президент фирмы «Китайский ресторан».

Задание 7 **Спросите у своего собеседника о незнакомых вам людях, которых вы встретили на переговорах, приёме, конференции. Вам помогут в этом следующие названия профессий и должностей.**

Секретарь (*разг.* секретарша, *ж. р.*), банкир, аудитор, переводчик, руководитель, директор, консультант, юрист, экономист, финансист, маркетолог, менеджер, инженер.

Задание 8 **Восстановите разговор по телефону.**

1) — Простите, с кем я разговариваю?
— … .
— Вы секретарь-референт фирмы?
— … .
2) — …?
— Константин Иванович.
— …?
— Я агент фирмы по недвижимости.
3) — Скажите, пожалуйста, это …?
— Нет, это Галина Ивановна.
— …?
— Нет, я бухгалтер.

Задание 9 **Объясните разницу в значении слов *звать — называть / называться, остановка — обстановка.* Вставьте вместо пропусков нужное из данных слов.**

1) Меня ... Пётр.
2) Какая следующая ...?
3) Как ... это красивое здание?
4) Извините, как вас ...?
5) Наша встреча прошла в тёплой ... .
6) Вы купили интересную книгу. Как она ...?
7) Я выхожу через две ... .
8) ... на переговорах была напряжённой.
9) Я не люблю, когда меня ... по фамилии.
10) Где здесь ... автобуса номер 9?
11) Эта церковь ... в честь святого Николая.

Подведём итоги

Расскажите, что интересного вы узнали на уроке «Знакомимся с Россией». Какой материал был для вас трудным? Подумайте, что вы хотите узнать нового о России, чтобы быть интересным человеком.

Урок 2

УЗНАЁМ О ГОСУДАРСТВЕННОМ УСТРОЙСТВЕ РОССИИ

Словарь делового человека

госуда́рство, *ср. р.*
входи́ть / войти́ *во что? куда?* (в состав)
респу́блика, *ж. р.*
край, *м. р.*
о́бласть, *ж. р.*
подразделя́ться / подрази́ться *на что?* (на части)
полномо́чный
поли́тика, *ж. р.* (внешняя, внутренняя)
законода́тельный
исполни́тельный
многопарти́йный

Читаем текст, готовимся к беседе

Росси́я — федерати́вное госуда́рство. В его́ соста́в вхо́дят 83 равнопра́вных субъе́кта: 21 респу́блика, 9 краёв, 46 областе́й, 2 го́рода федерати́вного значе́ния, 1 автоно́мная о́бласть, 4 автоно́мных о́круга. Ка́ждый из субъе́ктов име́ет законода́тельный (парла́мент) и исполни́тельный (прави́тельство) о́рганы. Субъе́кты Росси́йской Федера́ции де́лятся на города́ и райо́ны. Росси́я та́кже подразделя́ется на 8 федера́льных округо́в. В ка́ждом из них рабо́тает полномо́чный представи́тель Президе́нта Росси́и. Главо́й госуда́рства явля́ется Президе́нт Росси́и. Он руководи́т вне́шней поли́тикой страны́ (как изве́стно, Росси́я име́ет дипломати́ческие отноше́ния со 178 стра́нами и 140 посо́льствами), явля́ется Верхо́вным Главнокома́ндующим Вооружёнными Си́лами, назнача́ет Председа́теля Прави́тельства, возглавля́ет Сове́т Безопа́сности.

Законода́тельную власть в Росси́и осуществля́ет Федера́льное Собра́ние — парла́мент. Он состои́т из двух пала́т: Сове́та Федера́ции (ве́рхняя пала́та) и Госуда́рственной Ду́мы (ни́жняя пала́та).

Вы́сшую суде́бную власть осуществля́ет Конституцио́нный Суд.

Росси́я име́ет многопарти́йную систе́му. Наибо́лее кру́пными па́ртиями явля́ются: «Еди́ная Росси́я», КПРФ (Коммунисти́ческая па́ртия Росси́йской Федера́ции), ЛДПР (Либера́льно-демократи́ческая па́ртия Росси́и), «Справедли́вая Росси́я».

Си́мволами росси́йского госуда́рства явля́ются флаг, герб, гимн. Росси́йский флаг име́ет три цве́та (триколо́р): бе́лый цвет, си́ний и кра́сный. Двугла́вый орёл на ге́рбе Росси́и — си́мвол едине́ния Восто́ка и За́пада.

Задание 1 **Обсудите информацию текста, ответьте на вопросы.**

1) Сколько субъектов входит в состав России?

2) Почему они называются равноправными?

3) Какие органы руководят жизнедеятельностью субъектов Российской Федерации?

4) Кто даёт президенту информацию о важных событиях в субъектах Российской Федерации?

5) Какие функции выполняет Президент России?

6) Из каких палат состоит Федеральное Собрание России, какие задачи оно выполняет?

7) Кто осуществляет высшую судебную власть в России?

8) Является ли Россия многопартийным государством?

9) Как в названиях наиболее крупных партий России отражаются цели и задачи этих партий?

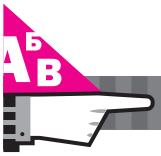
10) Что является символами любого государства?

11) Какой символ есть на гербе России?

12) Почему орёл на российском гербе двуглавый?

Задание 2 **Определите, от каких слов образованы данные ниже слова.**

Многопартийный, жизнедеятельность, двуглавый, либерально-демократический, православный, законодательный, полномочный, многонаселённый, двухпалатный, единоросы, компартия, равноправный, древнерусский.



Грамматика для бизнесменов

Задание 3 **Образуйте превосходную степень качественных прилагательных, данных в скобках, с помощью а) суффикса *-ейш-*, *-айш-*; б) слова *самый*, опираясь на следующее правило.**

Суффикс ***-ейш-*** (после ***ж, ч, ш, щ*** — суффикс ***-айш-***) используется, когда предмет обладает каким-либо качеством в очень большой степени, *но не сравнивается с другими*.
Слово ***самый*** используется, когда предмет обладает каким-либо качеством в большей *по сравнению с другими степени.*

1) Волга — (*длинный*) река России.

2) Озеро Байкал — (*глубокий*) озеро в мире.

3) Президент — (*главный*) человек в государстве, потому что его выбирает народ.

4) Судебная власть должна быть (*справедливый*) в любой стране.

5) Единая Россия — (*крупный*) по числу сторонников российская партия.

6) Россия обладает (*большой*) запасами нефти и газа.

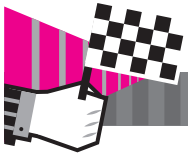
Задание 4 **Расскажите об исторических формах государственного устройства России, используя данную ниже информацию, конструкции *с... по, в... годах* и глаголы *являться, быть, называться, образовываться — образоваться, становиться — стать, создавать — создать*. Опирайтесь на правило.**

Задание 5 Вы приняли на работу новых сотрудников. Представьте их друг другу.

Задание 6 Ваша фирма является участником международной выставки. Представьте организаторам выставки ваших коллег, работающих на стенде.

Задание 7 Выясните имя, профессию, должность человека, который заинтересовался на выставке продукцией вашей фирмы. Используйте следующую модель.

Модель: — Кто вы?
— Кем вы работаете?
— Чем занимаетесь?



Подведём итоги

Расскажите, актуален ли для вас материал урока. Что вам было уже известно? Какую новую информацию вы узнали? В каких ситуациях вы можете использовать полезную для вас информацию?

Урок 3

ИНТЕРЕСНОЕ В ЭКОНОМИКЕ РОССИИ

Словарь делового человека

быть осно́ванным *на чём?* (на экспорте)
показа́тель, *м. р.*
ры́нок, *м. р.*
формирова́ть / сформирова́ть *что?* (мнение)
формиру́ющийся
о́трасль, *ж. р.*
преоблада́ние, *ср. р.*
сотру́дничать *с кем? в чём?* (со странами Тихоокеанского региона в области торговли)
формирова́ться / сформирова́ться

Читаем текст, готовимся к беседе

Эконо́мика Росси́и — восьма́я по объёму национа́льная эконо́мика ми́ра. Э́то уника́льный формиру́ющийся ры́нок. Росси́йская эконо́мика осно́вана на э́кспорте ресу́рсов и на произво́дстве проду́кции в аэрокосми́ческой, вое́нно-промы́шленной, атомно-энергети́ческих о́траслях.

Крупне́йший внешнеторго́вый и экономи́ческий партнёр Росси́и — стра́ны ШОС — «Шанха́йская пятёрка». Росси́я сотру́дничает та́кже с 19 стра́нами Азиа́тско-Тихоокеа́нского регио́на (АТЭС), стра́нами Содру́жества Незави́симых Госуда́рств (СНГ).

Задание 1 **Проверьте, правильно ли вы поняли информацию.**

1) Почему российский экономический рынок считается формирующимся?

2) Как быстро он формируется?

3) Какие отрасли российской экономики известны в мире?

4) Какие страны Россия считает своими крупными торговыми и экономическими партнёрами?

5) Какие экономические отношения связывают Россию и страны СНГ?

6) Какой вы видите будущую экономику России?

Задание 2 **Прочитайте высказывания, найдите в тексте предложения-синонимы.**

1) Экономика России сейчас только формируется.

2) Она является рыночной экономикой.

3) Российская экономика имеет свою специфику.

4) Эта специфика основана на преобладании экспорта ресурсов над производством товаров, промышленной продукции.

5) Российская экономика известна своими успехами в технологиях космоса, атомной энергетики, военной промышленности.

6) В области внешней торговли Россия сотрудничает с Китаем, Монголией и другими странами Азии и Тихоокеанского региона.

Задание 3 **Выразите своё согласие или несогласие с данными ниже высказываниями, уточните информацию с помощью следующих выражений:** ***Да, я согласен*; *Правильно*; *Действительно*; *На самом деле*; *Нет, я не согласен*; *Я сомневаюсь, что…*; *Позвольте уточнить.*** **Используйте краткие причастия.**

1) Современная Россия (*создать*) как федеративное государство.
2) Она (*подразделить*) на 8 федеральных округов.
3) Москва — столица современной России — (*основать*) в 1147 году.
4) Субъекты Российской Федерации (*разделить*) на округа и районы.
5) Союз Советских Социалистических Республик — СССР (*образовать*) 30 декабря 1922 года.
6) Россия (*расположить*) в северной части Евразии.
7) Вечной мерзлотой (*покрыть*) 65% территории России.
8) В России зимой, в январе, (*отметить*) температура от +6 до –50 °С, а в июле — от +1 до +25 °С.
9) 70% территории России (*расположить*) в зоне рискованного земледелия. Сельскохозяйственный сезон длится 2—3 месяца, а в Европе и США — 8—9 месяцев.
10) 40% территории России (*занять*) лесами.

Задание 4 **Прочитайте и запомните аббревиатуры.**

ВВП	внутренний валово́й продукт
СНГ	Содружество Независимых Государств
АТЭС	Азиатско-Тихоокеанский экономический союз
ЕврАзЭС	Евразийское экономическое сотрудничество
ШОС	Шанхайская организация сотрудничества экономических партнёров: России, Казахстана, Китая, Таджикистана, Узбекистана
ООН	Организация Объединённых Наций
ЭКОСОС	Экономический и социальный совет ООН
ВТО	Всемирная торговая организация
АСЕАН	Ассоциация государств Юго-Восточной Азии
МТП	Международная торговая палата
МВФ	Международный валютный фонд
ОБСЕ	Организация по безопасности и сотрудничеству в Европе
НАТО	Организация Североатлантического договора
ОПЕК	Организация стран — производителей и экспортёров нефти

В деловом общении часто используются союзы ***также*** и ***тоже***.
Чтобы не сделать ошибку, запомните следующее правило.
1) Союз ***тоже*** всегда можно заменить союзом ***также***, но не наоборот.
2) После союзов *и, а, но* употребляется только союз *также*.
3) В значении, ***«не только… но и»*** употребляются союзы *также* и *тоже*; Евгений — бизнесмен. Чжао Юйцзян — тоже (также) бизнесмен (не только Евгений, но и Чжао Юйцзян — бизнесмен).
4) В значении, ***«кроме того»*** (***«и ещё»***) употребляется только союз *также: Евгений — директор фирмы, а также менеджер по профессии* (*Евгений — директор фирмы, кроме того, он менеджер по профессии*).

Задание 5 **Вставьте вместо пропусков нужный союз тоже или также.**

1) В области экономики Россия сотрудничает с разными странами мира, а (*тоже / также*) со странами СНГ.

2) Экономика России не только формирующийся, но (*тоже / также*) уникальный рынок.

3) Россия экспортирует продукцию атомно-энергетической и (*тоже / также*) аэрокосмической отраслей.

4) США (*тоже / также*) занимаются экспортом аэрокосмической продукции.

5) Гонконг, Тайвань, а (*тоже / также*) другие 19 стран Тихоокеанского региона являются экономическими партнёрами России.

6) В деловых отношениях должны преобладать сотрудничество, а (*тоже / также*) взаимопонимание.

7) Кризис увеличил инфляцию в крупных экономиках мира. В России инфляция (*тоже / также*) достигла 13,3%.

8) Наибольшее количество россиян работает в промышленности (21,1%). В сфере услуг (*тоже / также*) занято 68,7% россиян.

9) 75,5 миллионов человек трудятся в двух столицах России, а (*тоже / также*) на предприятиях крупных и малых российских городов.

10) В Шанхайскую организацию сотрудничества, которую называют (*тоже / также*) «Шанхайской пятёркой», входят Китай, Россия, Казахстан, Таджикистан, Узбекистан.

11) Россия ввозит много продукции из-за рубежа. Но она (*тоже / также*) экспортирует ресурсы, продукты во многие страны мира.

Деловой этикет

«Простите, я вас правильно понял?»

Чтобы слышать, то есть воспринимать и запоминать, информацию, необходимо внимательно слушать собеседника. Слушание — это активный процесс. Вряд ли вы слышите собеседника, если предаётесь своим мыслям или заранее обдумываете ответ. В этом случае у вас в памяти не останется ничего из услышанного.

Надо «внимательно молчать», показывая тем самым понимание, доброжелательность и поддержку. Это поможет говорящему выразить свои мысли. Используйте краткие, нейтральные реплики, которые поддерживают беседу: *«Да-да», «Это интересно», «Понимаю»*. Они демонстрируют заинтересованность и стремление к пониманию. Поддерживайте контакт глаз. Время от времени кивайте головой. Так вы даёте понять вашему собеседнику, что слушаете его.

Иногда бывает недостаточно просто молчать и не перебивать. Слушать надо активно: задавать вопросы *«Что вы об этом думаете?»*; перефразировать высказывания собеседника *«Если я вас правильно понял…»*; уточнять отдельные слова *«Значит ли это…»*; резюмировать *«Итак, вы считаете, что…»*.

В деловом разговоре иногда необходимо уточнить значение незнакомых русских слов. Как это сделать тактично?

Ситуация	Нейтральные реплики или активное слушание	Что можно сказать?
Собеседник желает высказать свою точку зрения	Нейтральные реплики	*«Да-да»* *«Что вы говорите?!»* *«Ах, вот что!»*
Вы хотите проверить точность своего понимания	Активное слушание (уточнение)	*«Если я вас правильно понял, …»* *«Вы думаете, что…»*
Собеседник хочет выговориться по поводу накопившихся переживаний	Нейтральные реплики	*«Действительно»* *«Конечно-конечно»* *«Как я вас понимаю!»*

Окончание табл.

Ситуация	Нейтральные реплики или активное слушание	Что можно сказать?
Вам непонятны некоторые высказывания	Активное слушание (уточнение)	*«Пожалуйста, уточните этот момент»* *«Простите, я не понял»*
Вы обсуждаете спорный вопрос	Активное слушание (вопросы, резюме)	*«Как я понял, вы считаете…»* *«Если подвести итог сказанному…»*
Собеседнику трудно облечь в слова то, что его волнует	Нейтральные реплики	*«Это интересно»* *«Продолжайте»* *«Да-да»*
Собеседник слишком болтлив и бесцеремонен	Активное слушание (вопросы, резюме)	*«Вы хотите сказать, что…»* *«Иначе говоря…»*
Собеседник равнодушен к обсуждаемому вопросу	Активное слушание (вопросы)	*«Правильно ли я вас понял?»* *«Вы считаете…»*
Человек застенчив и неуверен	Нейтральные реплики	*«Да-да»* *«Конечно»* *«Продолжайте»*
Вы хотите узнать как можно больше о человеке	Нейтральные реплики	*«Это очень интересно!»* *«Замечательно!»* *«Понимаю»*

Всё это поможет говорящему точнее выражать свои мысли, а вам — понять его.

Задание 6 **В деловом общении часто используются аббревиатуры и сокращённые названия. Опираясь на модель, составьте диалоги-уточнения с использованием данных ниже слов (список *а* и *б*.)**

Модель:

— Скажите, пожалуйста, что значит русское слово *предприниматель*?

— Это то же, что и *businessman* в английском. Предприниматель — это человек, который предпринимает, осуществляет торговую, финансовую деятельность и получает от неё прибыль.

а) Госбанк, турфирма, «Метрострой», медоборудование, «Интурист», «Госстрах», юрагент;

б) АО — акционерное общество (хозяйственное общество, уставной капитал которого разделён на определённое количество акций);

УП — унитарное предприятие (коммерческая организация, не имеющая права собственности на имущество, закреплённое за ней);

ООО — общество с ограниченной ответственностью (хозяйственное общество, участники которого отвечают по обязательствам в пределах их вкладов);

АОЗТ — акционерное общество закрытого типа (фирма с ограниченным числом лиц).

Это интересно!

В любом разговоре значительная часть информации передаётся с помощью жестов, мимики, телодвижений. Причём именно они передают скрытые мотивы и побуждения вашего собеседника.

Например, ваш собеседник, говоря о чём-то, прикрывает рот рукой или касается носа, пытается потирать веки пальцем, отводит взгляд. Всё это может стать причиной для того, чтобы попытаться уточнить вопросами суть сказанного, поскольку ваш собеседник либо чувствует какую-то неловкость, либо говорит неправду.

В свою очередь, руки, перекрещенные на груди, обычно означают попытку спрятаться, отгородиться от ситуации. Когда вы слушаете человека, то следите не только за словами, но и за его жестами, мимикой. В этом случае вы намного лучше поймёте его действительное отношение к тому, что он говорит.

Подведём итоги

Вы получили информацию о российской экономике, научились рассказывать о её проблемах и перспективах. Расскажите своим собеседникам об экономике вашей страны на русском языке. Если вы забудете какое-либо слово, то уточните у собеседника, как правильно выразить тот или иной смысл по-русски.

ТЕМА 2 ЧТО НУЖНО ЗНАТЬ БИЗНЕСМЕНУ О РУССКОМ НАЦИОНАЛЬНОМ ХАРАКТЕРЕ?

Урок 4

КАКИЕ ОНИ, РУССКИЕ? НАЦИОНАЛЬНЫЕ ЧЕРТЫ РУССКИХ

Словарь делового человека

гражда́нин, *м. р.*
демогра́фия, *ж. р.*
демографи́ческий
национа́льный
на́ция, *ж. р.*
отда́ча, *ж. р.*
парадо́кс, *м. р.*
пенсионе́р, *м. р.*
прогно́з, *м. р.*
тенде́нция, *ж. р.*
чи́сленность, *ж. р.*
этни́ческий
э́тнос, *м. р.*

Читаем текст, готовимся к беседе

Росси́я занима́ет седьмо́е ме́сто в ми́ре по чи́сленности населе́ния по́сле Кита́я, И́ндии, США, Индоне́зии, Брази́лии и Пакиста́на. Более 80% населе́ния страны́ — ру́сские. Интере́сно, что ру́сских в Росси́и бо́льше, чем францу́зов во Фра́нции, хотя́ почти́ 30 миллио́нов ру́сских прожива́ют за преде́лами Росси́йской Федера́ции.

Росси́я — этни́чески многообра́зная страна́, э́то своего́ ро́да моде́ль ми́ра, где бок о бок прожива́ет 168 наро́дов: ру́сские, тата́ры, башки́ры, чуваши́, чече́нцы, арме́не и т. д.

Для совреме́нного росси́йского о́бщества характе́рны две драмати́ческие тенде́нции: ни́зкая рожда́емость и старе́ние населе́ния. По прогно́зам ООН, к 2050 го́ду чи́сленность населе́ния Росси́и сократи́тся на 25 миллио́нов, а число́ пенсионе́ров соста́вит чуть ли не 40% населе́ния.

Нере́дко у иностра́нцев возника́ет вопро́с: как пра́вильно называ́ть представи́теля Росси́и — ру́сским и́ли россия́нином? Отве́тим: рос-

сия́не — э́то гра́ждане Росси́и: ру́сский, тата́рин, чува́ш, яку́т, каза́х, евре́й — представи́тели ра́зных конфе́ссий и языко́в. Ру́сские — э́то лю́ди, для кото́рых ру́сский язы́к и культу́ра явля́ются родны́ми. Ру́сскими бы́ли Влади́мир Даль — сын датча́нина и не́мки, Алекса́ндр Пу́шкин, темноко́жего пра́деда кото́рого зва́ли ара́пом Петра́ Вели́кого, и т. п. 84% евре́ев счита́ют свое́й ро́диной Росси́ю, 99% из них признаю́т родны́м языко́м ру́сский. Отсю́да парадо́ксы в определе́нии жи́телей Росси́и: *ру́сские тата́ры, ру́сские не́мцы* и др.

Ру́сские как э́тнос существу́ют бо́лее ты́сячи лет. Не́которые учёные счита́ют, что приро́да, жизнь в холо́дном, перемённом кли́мате, ритм крестья́нского труда́, когда́ пасси́вность в до́лгие зи́мние ме́сяцы сменя́ется акти́вностью, рабо́той до седьмо́го по́та ле́том, определи́ли психоло́гию наро́да. Необъя́тность ру́сской земли́ отрази́лась в широте́ ру́сской души́. С друго́й стороны́, сло́жные климати́ческие усло́вия тре́бовали терпе́ния, выно́сливости в сельскохозя́йственных рабо́тах, но э́то ре́дко дава́ло отда́чу и породи́ло пессими́зм, пасси́вность к со́бственному индивидуа́льному де́лу, хозя́йству.

Жизнь в дере́вне (общи́не, коллекти́ве) научи́ла ру́сских всё де́лать сообща́, вме́сте и сформирова́ла в них таки́е черты́, как милосе́рдие, жела́ние прийти́ на по́мощь.

Правосла́вие с иде́ей о пра́вильной жи́зни славя́н развило́ в ру́сских чу́вство коллективи́зма, любо́вь к свобо́де ду́ха. Для ру́сского челове́ка всегда́ актуа́лен вопро́с о смы́сле жи́зни, о побе́де добра́ над злом.

Ча́сто иностра́нцы говоря́т о зага́дочной ру́сской душе́. Изве́стный ру́сский поэ́т Фёдор Тю́тчев написа́л: *«Умо́м Росси́ю не поня́ть…»*. Действи́тельно, у ру́сских есть неповтори́мые черты́ хара́ктера. Они́ отражены́ в посло́вицах: *«**Оди́н** в по́ле не во́ин», «Худо́й **мир** лу́чше до́брой ссо́ры», «Терпе́ние и **труд** всё перетру́т»*. Э́ти и други́е посло́вицы пока́зывают, что для ру́сских люде́й важны́ чу́вство коллекти́ва, миролю́бие, трудолю́бие. Хотя́ непракти́чность, непредсказу́емость — то́же характе́рные черты́ ру́сских, и об э́том свиде́тельствует посло́вица: *«Пока́ гром не гря́нет, мужи́к не перекре́стится»*. Ру́сские по-пре́жнему ве́рят в до́брого царя́ и ру́сское *авось*.

Задание 1 **Проверьте себя, правильно ли вы поняли текст. Ответьте на вопросы.**

1) Какое место занимает Россия в мире по численности населения? 2) Какие страны опережают Россию по числу жителей? 3) Сколько русских проживает в России, а сколько — за рубежом? 4) Почему Россию можно назвать моделью мира? 5) Какие демографические тенденции характерны для российского общества? 6) Можно ли считать синонимами слова *россиянин* и *русский*! Почему? 7) Почему автор первого словаря русского языка Владимир Даль — сын датчанина и немки — называл себя

русским? 8) Есть ли у вас другие подобные примеры? 9) Правильно ли говорить *русский англичанин, русская немка?* Почему так говорили о Екатерине II? 10) Как долго формируется русская нация? 11) Почему черты характера русских противоречивы? 12) Какова главная идея православия и что объединяет разные религии?

Задание 2 **Найдите в тексте предложения, которые выражают ту же мысль другими словами. Прокомментируйте свои наблюдения.**

1) На седьмом месте по числу жителей вслед за Китаем, Индией, США, Индонезией, Бразилией, Пакистаном находится Россия.

2) Русские живут не только в России, но и за рубежом.

3) В России проживает много наций и народностей.

4) Две ключевые проблемы оказывают негативное влияние на развитие российского социума.

5) Количество трудоспособного населения среди россиян уменьшается.

6) Разные материнские языки и религии не отдалили россиян друг от друга.

7) Русский язык сближает 168 народов Российской Федерации.

8) Многие считают, что у русских есть своя философия жизни, которую трудно объяснить.

9) Одни люди считают, что русский человек ленивый, другие — что трудолюбивый.

10) Вера русских людей в добро, в победу добра над злом отразилась в фольклоре и пословицах.

11) Духовная свобода — черта, которую воспитала у русских православная вера.

12) Для народов России характерны черты, которые как их объединяют, так и подчёркивают особенности.

Задание 3 **Ответьте на вопросы, используя информацию текста.**

1) Как называют жителей Башкирии?

2) Где живут чуваши?

3) В какой республике России живёт много татар?

4) В какой автономной области России живёт много евреев?

5) Каких людей во многих странах называют «людьми третьего возраста»?

6) Какое основное население проживает в Чеченской Республике, Южной и Северной Осетии, Дагестане?

7) Как вы понимаете слово *конфессия?*

8) Какая вера объединяет русских, белорусов, украинцев, грузин?

9) Какие черты характера объединяют народы России?

10) Почему люди верят, что добро победит зло?

11) Какие условия жизни повлияли на характер народов Севера, Кавказа, Поволжья?

Задание 4 а) **Подберите к данным ниже существительным прилагательные, дающие оценку личным и профессиональным качествам человека.**

Образование — высшее, неполное, специальное, два образования, техническое, гуманитарное, ...

Опыт — небольшой, богатый, многолетний, руководящей работы, ...

Личные качества — организованный, доброжелательный, ответственный, обязательный, ...

Требования — высокая (средняя, достойная) зарплата, руководящая должность, льготы (социальные, служебные, ежеквартальные, ...).

б) **Представьте устную рекомендацию на одного из ваших знакомых, который хочет работать в бизнес-сфере.**

Задание 5 а) **Подберите к прилагательным, характеризующим человека, из левой колонки правильное толкование значений из правой колонки.**

1) Пассивный	способный *выносить* (*вынести*) трудности
2) Пессимистичный	тот, кто любит принимать *гостей*
3) Терпеливый	изолированный по своему желанию от других
4) Выносливый	тот, кто старательно *исполняет* поручения
5) Неприхотливый	тот, кто готов помочь другому или простить его ошибки
6) Эмоциональный	тот, кто *хочет* от жизни немного, живёт скромно
7) Гостеприимный	тот, кто мирно относится к неприятностям
8) Исполнительный	тот, кто легко контактирует, *общается*
9) Общительный	бездеятельный, безразличный к окружающим
10) Замкнутый	тот, кто не верит в хорошее, в будущее
11) Милосердный	тот, кто любит, не стесняется проявлять чувства, оказывать помощь
12) Широкий (о душе)	тот, кто проявляет *эмоции,* чувства

б) **Подберите антонимы к прилагательным, которые дают характеристику человеку, этносу.**

Активный — ..., замкнутый — ..., жизнелюбивый — ..., слабый — ..., добрый — ..., рассудительный — ..., деятельный — ..., одинокий — ..., человеколюбивый — ..., бессердечный — ..., грустный — ..., себялюбивый — ..., бесчувственный — ..., скромный — ..., бессловесный — ..., глупый — ..., неповоротливый — ..., неверующий — ..., небрежный — ..., уравновешенный — ... .

в) **Подберите синонимы к словам-характеристикам человека.**

Молчаливый — ..., самолюбивый — ..., бесстрашный — ..., чувствительный — ..., беспрекословный — ..., беспомощный — ..., заботливый — ..., надёжный — ..., организованный — ..., тактичный — ..., выносливый — ..., ответственный — ..., щедрый —..., впечатлительный — ..., тихий (о человеке) — ... .

г) **Подберите к данным ниже словам однокоренные, объясните их значения, например: (*не*) *хотеть — охотно, хочу, захотеть*;**

право — ..., ..., ...;
характер — ..., ..., ...;
рассуждать — ..., ..., ...;
(не) доверять — ..., ..., ...;
отвечать — ..., ..., ...;
скрывать — ....;
зло, злоба — ..., ..., ...;
(не) зависеть — ..., ..., ...;
вина — ..., ..., ...;
благодарить — ..., ..., ...;
забота — ..., ..., ...;
беречь — ..., ..., ...;
воспитать — ..., ..., ...

Задание 6 **Опишите свои наблюдения над россиянами. Совпадают ли они с информацией текста? Уточните, какие обстоятельства могли сформировать у народов России те или иные черты характера. Используйте в своих описаниях-рассуждениях краткие прилагательные, характеризующие людей. Помните, что краткие прилагательные-сказуемые согласуются с подлежащим в роде и числе.**

Справка

а) У кратких прилагательных мужского рода может появиться беглый ***о*** перед ***к; е*** перед ***н***: *узкий — узок, нужный — нужен*;
б) не образуют краткой формы прилагательные: *большой*; прилагательные на ***-ский*** (*дружеский*); ***-овой, -евой*** (*деловой*); на ***-ный, -ной, -ний*** (*главный*); образованные от существительных, обозначающих цвет (*оранжевый*).

От слова — к мысли

Задание 7 **Укажите предложения, в которых содержится а) точная, б) неточная информация. Сделайте выводы о том, как в русском языке можно выразить количество.**

1) В России 82% населения русские. 2) Примерно 30 миллионов россиян живут в других странах мира. 3) Через 40 лет население России может сократиться на 25 миллионов человек. 4) В Российской Федерации проживает около 170 народов. 5) Через четыре десятилетия чуть меньше 40% российского населения будут составлять пенсионеры. 6) В русском языке существуют сотни пословиц о русском характере. 7) Большинство евреев считают своим родным языком русский.

Задание 8 **Расспросите своих собеседников об их стране, профессиональной деятельности, семье. Используйте в вопросах выражения *больше чем — меньше чем, более — менее, точно — примерно, большинство, меньшинство, едва ли не, чуть ли не, свыше — около, почти, много — мало* и т. д.**

Задание 9 **Установите значения русских фразеологизмов, которые помогут вам охарактеризовать ту или иную ситуацию в вашей профессиональной деятельности. Опишите эти ситуации.**

(Быть) как на ладони, (вертеться) как белка в колесе, как по маслу, как воды в рот набрал, как дома, как гора с плеч, как снег на голову, как на иголках, как рыба в воде, как свои пять пальцев, как без рук, как дважды два.

Справка: 1) беспомощный; тот, кто не в состоянии что-то сделать; 2) быть постоянно занятым; 3) лишиться способности говорить; 4) нет сомнений, все ясно; 5) (чувствовать) свободно, комфортно; 6) беспокоится о состоянии; 7) ясно, понятно; 8) легко, без труда и проблем; 9) (знать) очень хорошо; 10) неожиданно; 11) о состоянии, когда трудные проблемы решены.

Грамматика для бизнесменов

Средства связи в русском языке

Задание 10 **В деловой беседе вам иногда необходимо указать, откуда вы получили конкретную информацию. С помощью вводных слов и выражений расскажите о ситуации в вашем бизнесе, укажите источник информации.**

По прогнозам (*кого? чего?*), по мнению (*кого?*), как утверждает (*кто?*), как считает (полагает) (*кто?*), с точки зрения (*кого?*), по информации (материалам, сведениям) (*кого? чего?*), согласно сообщению (отчёту) (*кого?*).

Задание 11 **Проанализируйте таблицу средств связи в русском языке. Расскажите о чертах характера своих коллег — представителей разных стран, используя материалы таблицы.**

Средства связи в русском языке

Смысловые отношения	Средства выражения
Причина — следствие	и / а, по этой причине; благодаря; поэтому, вследствие этого; в связи с этим; и / а следовательно; значит; тогда; в таком случае; и / а / но всё-таки; всё же; несмотря на это; тем не менее; потому что; из-за того что
Присоединение, указание на контекст	также; при этом; вместе с тем; кроме того; более того; кстати; данный; подобный; указанный; аналогичный; соответствующий; предыдущий; приведённый; изложенный; отмеченный; упомянутый; анализируемый
Сопоставление, противопоставление	с одной стороны; с другой стороны; напротив; однако; не только, но и; зато; тогда как; иначе; так же; точно так, как; таким образом; таким путём; подобно
Последовательность	во-первых; во-вторых; в-третьих; наконец; прежде всего; в первую очередь; в начале; сначала; в то же время; впоследствии; в даль-

Окончание табл.

Смысловые отношения	Средства выражения
	нейшем; в заключение; дальше; далее; только что; снова; опять
Пояснение, уточнение	так; например; в частности; именно; только; другими словами; иначе говоря; точнее говоря; вернее; особенно; лишь; причём
Вывод, обобщение	таким образом; в результате; итак; вообще; словом; вообще говоря; следовательно; значит; короче говоря
Оценка достоверности	очевидно; видимо; по-видимому; вероятно; действительно; конечно; разумеется; безусловно; в самом деле; понятно, что; известно, что
Рациональная оценка	можно / надо / нужно сказать, что; легко видеть, что; нетрудно видеть, что; невозможно представить себе, что; можно / нельзя сделать вывод, что; следует заметить, что; необходимо подчеркнуть, что; нужно отметить, что; можно допустить, что; можно предположить, что; важно отметить, что; необходимо признать, что; можно возразить, что; нельзя забывать, что

Этикет делового письма

Задание 12 **В деловых документах нежелательно делать авторские сокращения. В настоящее время стандартизованы лишь следующие виды сокращений:**

1) почтовые сведения: *г.* (*город*), *обл.* (*область*), *р-н* (*район*);
2) слова *год*, *годы*: *г.*, *гг.*;
3) текстовые сокращения: *и т. д.* (*и так далее*), *и т. п.* (*и тому подобное*), *т. е.* (*то есть*), *см.* (*смотри*), *др.* (*и другие*), *ипр.* (*и прочие*);

4) денежные единицы: *2000 руб.* (*рублей*), *80 коп.* (*копеек*), *2000 р.* (*рублей*) *80 к.* (*копеек*), *4 тыс.* (*тысячи*), *6 млн* (*миллионов*);

5) названия документов: *ГОСТ* (*государственный стандарт*), *ТЗ* (*техническое задание*), *техплан* (*технический план*), *спецзаказ* (*специальный заказ*);

6) названия должностей: *зам.* (*заместитель*), *и. о.* (*исполняющий обязанности*), *гендиректор* (*генеральный директор*).

Найдите в тексте Урока 4 сокращения и расшифруйте их. Какие слова в тексте, по вашему мнению, можно сократить?

Этикет телефонного делового разговора

Задание 13 а) **Познакомьтесь с речевыми моделями и диалогами, которые помогут вам пригласить к телефону нужного человека.**

(1) — Добрый день. Извините, могу я поговорить с директором фирмы?

— Да, пожалуйста.

(2) — Здравствуйте. Это фирма «Турист-тур»? Скажите, с кем я могу обсудить вопрос о переводчиках для туристов из Египта?

— Этим занимается помощник директора, господин Серов.

— Можете ли вы пригласить его к телефону?

— Минуту. Не кладите трубку.

(3) — Здравствуйте. Это фирма «Турист-тур»?

— Да.

— Могу я услышать господина Серова?

— Я у телефона.

б) **Организуйте аналогичные диалоги с бизнес-партнёрами по следующему образцу:**

1) приветствие; позвонивший уточняет имя адресата;
2) уточняет номер;
3) представляется;
4) объясняет цель звонка;
5) обменивается информацией или запрашивает информацию;
6) в случае отсутствия абонента оставляет для него сообщение;
7) завершает разговор, благодарит, прощается.

Это интересно!

Интересно, что мужчины и женщины ведут телефонные переговоры по-разному. Более того, если разговаривают мужчина с мужчиной или женщина с женщиной, то они перебивают друг друга одинаково часто, но когда разговаривают мужчина и женщина, то мужчина перебивает женщину в два раза чаще. Мужчины сосредоточиваются больше на содержании разговора, женщин привлекает сам процесс общения, они тоньше воспринимают нюансы разговора, оценивают собеседника не только как передатчика информации, но и как человека.

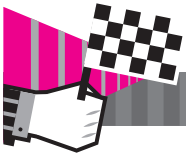
Следует иметь в виду и ещё одну особенность мужского телефонного разговора. Оказывается, мужчины слушают внимательно лишь 10—15 секунд, а потом они начинают анализировать ситуацию и уже готовы прервать разговор, сделать выводы.

Часто первым шагом на пути к заключению делового договора является именно телефонный разговор. У телефонного разговора по сравнению с письмом есть одно важное преимущество: он обеспечивает непрерывный двусторонний обмен информацией. Но к деловому телефонному разговору необходимо тщательно готовиться. Плохая подготовка, неумение выделить главное, лаконично, ёмко и грамотно изложить свои мысли приводят к значительным потерям рабочего времени (до 20—30%). Искусство ведения телефонных разговоров состоит в том, чтобы кратко сообщить всё что следует и получить ответ. Например, в японской фирме не будут долго держать сотрудника, который не решит деловой вопрос по телефону за три минуты.

По данным психологов, тон, тембр голоса, интонация могут нести до 40% информации. Нужно только обращать внимание на подобные «мелочи» во время телефонного разговора.

Надо помнить, что телефон усугубляет недостатки речи. Быстрое или замедленное произношение слов затрудняет восприятие. Особенно следите за произношением чисел, имён собственных и согласных букв. Если в разговоре встречаются названия городов, фамилии или другие имена собственные, которые плохо воспринимаются на слух, их нужно произносить по слогам или даже передавать по буквам. Этикет делового телефонного разговора имеет в запасе целый ряд реплик для корректировки общения. Например:

— Как вы меня слышите?
— Не могли бы вы повторить?
— Извините, очень плохо слышно.
— Простите, я не расслышал, что вы сказали, и т. п.



Подведём итоги

Можете ли вы подтвердить, что знаете теперь лучше русский характер? Какие черты россиян вам симпатичны, а какие могут привести к непониманию, конфликту? Составьте психологический портрет партнёра, идеального для бизнеса. Может ли быть таким идеальным ваш русский партнёр? Аргументируйте свои наблюдения.

Урок 5

РУССКИЙ ЧЕЛОВЕК В БИЗНЕСЕ

Словарь делового человека

би́знес-приорите́т, *м. р.*
домини́ровать *над чем? над кем? где?* (на рынке)
доста́ток, *м. р.*
дохо́д, *м. р.*
законопосл у́шный
неприкоснове́нность, *ж. р.*
несоверше́нство, *ср. р.*
несоверше́нство зако́нов
отве́тственность, *ж. р.*
переклáдывать /переложи́ть *что? на кого?* (ответственность на помощника)
правовы́е представле́ния
практици́зм, *м. р.*
представле́ние, *ср. р.*
распредели́ть / распредели́ть *что?* (доходы)
ремесло́, *ср. р.*
реме́сленничать
со́бственность, *ж. р.* (частная, государственная, общественная)
сти́мул, *м. р.*
труд, *м. р.* (напряжённый, упо́рный, тяжёлый)
указа́ние, *ср. р.*
указа́ние све́рху
це́нность, *ж. р.*

Читаем текст, готовимся к беседе

Нере́дко возника́ет вопро́с: от чего́ зави́сят деловы́е ка́чества ру́сских, что определя́ет их экономи́ческое поведе́ние? Отве́тить однозна́чно тру́дно. Счита́ют, что ру́сские не научи́лись бе́режно, по-хозя́йски относи́ться

к тому́, что им дала́ ру́сская земля́, поско́льку Росси́я — са́мая больша́я страна́ в ми́ре. За 400 лет её террито́рия увели́чилась в 36 раз. Вме́сте с тем ру́сские лю́бят свою́ зе́млю.

Ру́сский делово́й хара́ктер самобы́тен. Его самобы́тность проявля́ется в сле́дующем. В зави́симости от ситуа́ции не́которые черты́ ру́сских мо́жно отнести́ и́ли к положи́тельным, и́ли к катего́рии недоста́тков. Э́то жела́ние а) де́йствовать, б) зараба́тывать (но нере́дко при этом при́быль не прогнози́руется, не гаранти́руется и не плани́руется), в) свободолю́бие (оно́ ча́сто перераста́ет в жела́ние тра́тить — без необходи́мости — си́лы и сре́дства, не взве́шивая: э́то ну́жно — не ну́жно — заче́м э́то ну́жно — почему́ не ну́жно), г) трудово́й поры́в, осо́бенно в ситуа́ции «это ну́жно, необходи́мо сде́лать» и нежела́ние поня́ть, почему́ э́то де́лать нельзя́.

Мно́гие черты́ ру́сских — печа́ть приро́ды Росси́и. Ру́сские ка́жутся иностра́нцам изли́шне серьёзными; их му́зыка, пе́сни, кино́, теа́тр — сли́шком гру́стными. Переме́ны в настрое́нии ру́сских — то гру́стное, то весёлое — иностра́нцы расшифро́вывают как непостоя́нство хара́ктера, лицеме́рие.

Кра́тко объясни́м э́ти зага́дки ру́сской нату́ры. О́чень ма́ло, всего́ 130 и ме́ньше, дней в году́ ру́сские бы́ли за́няты на агра́рных рабо́тах (э́то в 2 ра́за ме́ньше, чем в Евро́пе). Дожди́, за́морозки меша́ли рабо́тать равноме́рно и тща́тельно. Зато́ развила́сь привы́чка к напряжённому труду́ на коро́ткое вре́мя. Э́то отлича́ет ру́сских от европе́йцев, кото́рые рабо́тают ро́вно, не спеша́т, чередуют труд и о́тдых.

Ру́сская це́рковь формирова́ла не у одного́, двух, а у мно́гих поколе́ний привы́чку «быть и жить как все». Поэ́тому ру́сские отча́сти консерва́тивны в би́знесе, предпочита́ют традицио́нные, а не инноваци́онные фо́рмы де́ятельности. Типи́чный россия́нин привы́к получа́ть указа́ния све́рху. Ему́ ле́гче переложи́ть отве́тственность на друго́го, найти́ винова́того, но не принима́ть самостоя́тельных реше́ний.

Отме́тим, одна́ко, что ру́сских отлича́ет психи́ческое здоро́вье, стремле́ние жить, ра́доваться «здесь и сейча́с» (э́то компенса́ция истори́ческих тру́дностей жи́зни, суро́вого кли́мата).

Для сча́стья по-ру́сски важны́ чи́стая со́весть, креди́т дове́рия. Но правовы́е представле́ния россия́н своеобра́зны. Несоверше́нство зако́нов, сла́бость суде́бной систе́мы, беззако́ние люде́й у вла́сти породи́ли закононепослуша́ние, правово́й нигили́зм ру́сских, с одно́й стороны́ (*«Семь бед — оди́н отве́т»*), и фетиши́зм, когда́ лю́ди тре́буют соблюде́ния зако́на государ́ством, други́ми гра́жданами, но не сами́ми собо́й — с друго́й стороны́. У ру́сских не́ было никогда́ ку́льта ча́стной со́бственности. Наоборо́т, жизнь в общи́не, стереоти́пы сове́тского вре́мени (*«Всё вокру́г колхо́зное — всё вокру́г моё»*) стёрли разли́чия ме́жду «мои́м и чужи́м». Отсю́да наруше́ние при́нципа неприкоснове́нности чужо́й со́бственности, снисходи́тельное отноше́ние к поро́ку (присвое́нию чужо́го, воровству́), за кото́рые в стра́нах Восто́ка казни́ли.

После́дняя пробле́ма свя́зана и со сложи́вшейся многовеково́й росси́йской тради́цией к зани́женной оце́нке результа́тов труда́ челове́ка. Ещё в 60-е го́ды Организа́ция Объединённых На́ций рекомендова́ла плати́ть за рабо́ту не ме́нее трёх до́лларов в час, ина́че челове́к теря́ет сти́мул к рабо́те и начина́ет ворова́ть. Сейча́с в Герма́нии стремя́тся плати́ть бо́лее 20 до́лларов, в США — бо́лее 15 до́лларов за час рабо́ты. Ско́лько получа́ет ру́сский челове́к? Су́мма зави́сит от до́лжности, но несправедли́вость очеви́дна. Одни́ получа́ют ме́нее 1 до́ллара, други́е — 500 до́лларов и вы́ше за одночасово́й труд. Ины́ми слова́ми, ру́сские бизнесме́ны продолжа́ют тради́цию несправедли́вого распределе́ния дохо́дов.

Как изве́стно, важне́йшее усло́вие разви́тия би́знеса — конструкти́вный, созида́тельный практици́зм. В э́том отноше́нии у ру́сского би́знеса всё впереди́. В стране́ домини́рует ли́чный практици́зм, стремле́ние самоутверди́ться и продемонстри́ровать окружа́ющим ли́чные бла́га.

Не сто́ит, одна́ко, ду́мать, что в ру́сских бизнесме́нах сосредото́чены все негати́вные черты́. Мно́гое досто́йно уваже́ния: высо́кий у́ровень образо́ванности, хорошо́ ра́звитая операти́вная па́мять, креати́вность, уме́ние и жела́ние «горе́ть» на рабо́те, спосо́бность преодолева́ть экстрема́льный хара́ктер культу́ры труда́, высо́кий профессионали́зм. Мно́гие ру́сские бизнесме́ны стара́ются формирова́ть в свои́х коллекти́вах дух рациона́льного предпринима́тельства. В росси́йском би́знесе всё бо́лее зна́чимы хоро́шая делова́я репута́ция, че́стность, нра́вственная чистопло́тность, уме́ние рабо́тать в кома́нде.

Задание 1 **Проверьте, как вы поняли текст. Ответьте на вопросы.**

1) Какой деятельностью много веков занимаются русские: работают на земле (возделывают землю), охотятся, ловят рыбу, торгуют? 2) Какие обстоятельства сформировали деловой и трудовой характер русских? 3) Почему мы говорим, что на характере русских лежит печать природы России? 4) Что положительного и отрицательного в желании русских действовать, работать? 5) Что такое свобода по-русски? 6) Какое настроение преобладает у русских людей и как его оценивают иностранные бизнесмены? 7) Почему русские привыкли к напряжённому труду на короткое время? 8) Характерны ли такие черты для европейцев? 9) Какие ценности актуальны для русских, какие из них более / менее значимы? 10) Какой кредит доверия существует в бизнесе? 11) Как разные народы относятся к воровству? 12) Какие причины (исторические, личные) породили этот порок у русских? Может ли этот порок разрушить бизнес? 13) Почему важно, чтобы у человека был стимул работать? 14) Какие стимулы к работе наиболее успешные? 15) Как вы посоветуете справедливо распределять доходы? Возможно ли это в современном мире? Приведите примеры. 16) Почему русским не свойствен деловой прагматизм, практицизм? 17) Как вы понимаете выражение *личный практицизм?* 18) Какие черты преобладают у русских бизнесменов — положительные или отри-

цательные? 19) Какие деловые качества русских вам кажутся наиболее важными для бизнеса?

Деловое общение

Задание 2 Из приведённого ниже списка выделите черты: а) которые вы желаете найти в вашем русском партнёре; б) на которые вы не будете обращать внимание, так как они не мешают совместной деятельности; в) которые будут затруднять деловые контакты. Аргументируйте свой выбор.

Терпение, лидерство, инициативность, стремление к личному благополучию, умение адаптироваться к новым условиям, умение напряжённо и быстро работать, не обращая внимания на детали, необязательность, толерантность, умение видеть негативные стороны решения проблем, пессимизм, авторитарность, самонадеянность, уважение к членам коллектива, робость, дилетантство, многословие, честность, умение уйти от ответственности, агрессивность, креативность, самоуважение, образованность.

Задание 3 Используя материал текста и заданий, составьте план собеседования с потенциальным членом вашего коллектива, если он а) русский, б) казах, в) украинец.

Задание 4 Исходя из собственного опыта и материалов учебника, определите наиболее эффективные способы взаимодействия с русскими партнёрами. Аргументируйте свой выбор.

Справка: Способы и формы взаимодействия: а) авторитарные; б) с чётко выраженной дистанцией; в) равнопартнёрские; г) на дружеской дистанции; д) заигрывание.

От слова — к мысли

Задание 5 Установите значения слов, опираясь на ключевое слово в списке.

Ведать (устар.) — знать, управлять: ведомство, языковед, документовед, заведомо, заведовать, заведующий, справедливый, поведение.

Достаточный — необходимый: достаток, жить в достатке, достаточно (больше не нужно, хватит).

Значить — иметь смысл, выражать что-то: значение, значимый, значительный.

Лишний — ненужный, бесполезный, сверх нужного количества: слишком много, излишне мало, лишить чего, лишиться чего, (терпеть) лишения.

Печать — знак, признак (перен.): отпечаток, отпечататься (в памяти), печать молчания, печать гения.

Цена — стоимость в деньгах, роль, значение: ценность, ценить, оценить, ценно, ценитель.

Задание 6 **Дайте оценку значений выделенных слов и словосочетаний. Определите, какой в них содержится смысл — положительный (+) или отрицательный (–). Аргументируйте свой выбор.**

Конструктивное решение проблемы, *несправедливое* отношение, *небрежно* относиться к делу, *недостатки* в работе, *достойный* партнёр, *нежелание* понять ситуацию, *лицемерие, тщательная* работа, *совестливый* работник, *законопослушание, снисходительное* отношение к ошибкам, *низкая* (*заниженная*) оценка труда, *терять стимул* к работе, *несправедливо распределять* доходы, *доминировать* над мнением коллектива, *созидательная* деловая деятельность, *рациональный для дела ум*.

Задание 7 **Найдите для словосочетаний из списка *а* синонимы в списке *б*.**

а) Ответить однозначно, работать на земле, особенности национального характера, деловые качества, излишне серьёзный, работать равномерно, распоряжения руководства, обрабатывать землю, переложить ответственность на других, формировать характер, найти виноватого, счастье по-русски, правовой нигилизм, распределить справедливо прибыль.

б) Возделывать землю, самобытность народа, экономическое поведение, чересчур серьёзный, в бизнесе доминирует практицизм, работать не покладая рук, чистоплотность бизнесмена, законопослушание, платить по труду, чередовать труд и отдых, снять с себя ответственность, указания сверху, развить нужные черты характера, переложить вину на другого человека, как русский человек понимает счастье, деловой человек прагматичен, гореть на работе, честность делового человека.

Задание 8 **В русском деловом языке новые слова часто образуются сложением известных слов, например: *бизнес-общение,* т. е. деловое общение, общение партнёров по бизнесу.**

Образуйте сложные слова из компонента *бизнес* и предложенных ниже слов. Проанализируйте, меняется ли значение новых слов — расширяется, сужается. В каких ситуациях следует употреблять эти слова?

Приоритеты, партнёры, услуги, контроль, проект, характеристика, русский (о языке), план, условия, практика, класс, реклама, рекомендация, предложение, рынок, соглашение.

Задание 9 **Вы уже знаете, что деловые качества русских отразились в пословицах. Прочитайте пословицы, соотнесите их значения с аналогом в родном языке. Объясните, какие качества русского человека отражаются в пословицах. В какой деловой ситуации можно употребить ту или иную пословицу?**

Без труда не вытянуть и рыбку из пруда.
Сделал дело — гуляй смело.
Терпение и труд всё перетрут.
Один в поле не воин.
Семь раз отмерь — один раз отрежь.
Сам погибай, а товарища выручай.
Не красна изба углами, а красна пирогами.
По одёжке встречают, по уму провожают.
Делу время, а потехе час.
Работа не волк, в лес не убежит.

Задание 10 а) **В русском языке много слов с корнем *труд*. Прочитайте некоторые из них.**

Трудиться — работать; трудный — требующий усилий, труда; труженик — трудолюбивый человек; трудоёмкий — требующий больших затрат труда; трудоустроить — помочь найти, предоставить работу; трудолюбие — качество человека, любящего труд.

б) **Объясните значения слов и словосочетаний с компонентом *труд*.**

С трудом, без труда, не дать себе труда позвонить, сизифов труд, трудовой стаж, трудовая книжка.

в) **Согласитесь или опровергните справедливость слов М. Горького (из пьесы «На дне»): «*Когда труд —удовольствие, жизнь хороша, когда труд — обязанность, жизнь — рабство*».**

Грамматика для бизнесменов

Употребление местоимений *любой, всякий, каждый*. Употребление неопределённых местоимений *кто-то, кто-нибудь, кое-кто*

Местоимения ***любой, всякий, каждый*** могут быть синонимами в значении *«отдельный субъект / объект из числа многих однородных»*. Однако эти местоимения имеют дополнительные значения:

каждый, -ая, -ое — *и тот, и другой, и третий*;
любой, -ая, -ое — *всё равно какой*;
всякий, -ая, -ое — *разный, разнообразный.*

Задание 11 **Русские считают, что «всякий (любой, каждый) труд в почёте», то есть нужно уважать любой труд. Вставьте в предложения вместо точек нужные по смыслу местоимения.**

1) ... бизнесмен должен иметь перспективный план развития фирмы.
2) Фирма разработала для партнёров много предложений. Для совместной деятельности они могут выбрать ... из них.
3) Деловые партнёры могут оказаться ...: честными, хитрыми, слабыми, умными.
4) Будущие менеджеры учат одни и те же науки. Но ... из них будет использовать опыт обучения по-своему.
5) Интересы дела ценит превыше всего ... из бизнесменов.
6) На ... случай нужно отправить приглашение заранее.
7) Наши партнёры ... раз опаздывают на переговоры.
8) Руководить фирмой в моё отсутствие сможет ... из моих заместителей.
9) В нашем офисе трудятся ... сотрудники: молодые и пожилые, начинающие и опытные.
10) Я вас жду у себя. Выбирайте ... удобное для вас время.

В деловом общении часто используются неопределённые местоимения ***кто-то, что-то, кто-нибудь, что-нибудь, кое-кто, кое-что***. Они не являются синонимами и поэтому могут спровоцировать речевую ошибку.

Следует помнить:

1) неопределённые местоимения с частицей ***-то*** употребляются, если лицо, предмет, признак не известен говорящему или к моменту речи говорящий забыл о лице, предмете, признаке:

— *Вам кто-то звонил.* (но я не знаю кто)
— *Я где-то это видел.* (но я не помню где)

2) неопределённые местоимения с частицей ***-нибудь*** употребляются, если говорящий не выбрал конкретное лицо, предмет, место или высказал предположение:

— *Пусть кто-нибудь из вас мне позвонит.* (всё равно кто)
— *Вероятно, у них что-нибудь случилось.* (предположение)

3) неопределённые местоимения с частицей ***кое-*** употребляются, если лицо, предмет, признак, другие обстоятельства известны говорящему, но не известны слушающему:

— *Я вам кое-что покажу.* (вы не знаете что)

4) если неопределённые местоимения употребляются с предлогом, то он ставится перед местоимением с частицами ***-то, -нибудь*** и после местоимения с частицей ***кое-***:

— *Посоветуйтесь с кем-нибудь.*
— *Мне нужно кое с кем поговорить.*

Задание 12 **Вставьте вместо точек в предложения нужные неопределённые местоимения и наречия: *куда-нибудь, где-то, кое-как* и др.**

1) К вам ... пришёл.
2) Вы нашли хоть ... выход?
3) Мне нужно вас ... спросить.
4) На совещание уже ... пришёл.
5) Мы получили от партнёров ... новости.
6) Вам передали в папке ... документ.
7) Пригласите ... из финансового отдела.
8) Неприятно, если ... из приглашённых опоздает.
9) Заключение соглашения — это для нас хоть ... выход.
10) В этой ситуации следует поговорить с ... из опытных менеджеров.
11) Позвоните ... из наших партнёров по поводу делового ужина с англичанами.
12) Эти документы, наверно, лежат ... в столе.
13) Принесите, пожалуйста, мне чашечку кофе с ... бутербродом.

14) Сломалась машина, но я ... доеду до аэропорта.
15) ... из наших оппонентов критикует наш новый бизнес-план.
16) Это ... зонт и портфель.

Этикет делового письма

Деловое письмо — визитная карточка фирмы, её руководителя. Оно включает следующие составные части:

1) «шапка»: имя отправителя или название фирмы, почтовый адрес, номера телефонов / факса, адрес электронной почты;
2) дата письма;
3) наименование получателя письма — адресата;
4) вступительное обращение;
5) текст письма;
6) заключительная формула вежливости;
7) подпись составителя (инициатора) письма.

Задание 13 **Определите, все ли требования учтены в данном ниже письме.**

Фирма «М.видео»
117437, Россия, Москва
ул. Профсоюзная, д. 101
Тел. / факс 6291853

Директору фирмы «Техремонт»
г-ну Сорокину Ю. П.
112513, Россия, Москва
e-mail: tehremont@mail.ru

Сообщаем Вам, что гарантийные документы на техническое обслуживание и ремонт видеоаппаратуры в отдел контроля фирмы не поступили. Просим подтвердить отправку нам запрашиваемой документации.

Задание 14 **Прочитайте даты и ответьте, когда были отправлены деловые документы (заключён договор, подписано соглашение).**

12.11.2009; 15.10.2008; 22.04.2005; 02.05.2003; 18.08.01; 06.06.06; 28.01.2010.

В зависимости от темы деловые письма могут содержать: 1) информацию, 2) просьбу, 3) благодарность, 4) извинение, 5) приглашение, 6) поздравление, 7) жалобу, 8) подтверждение договорённостей, 9) сопровождать документы, направляемые партнёру.

Задание 15 **Выберите нужные фразы, которыми могут начинаться следующие деловые письма. Аргументируйте свой выбор.**

а) письмо-просьба

б) сопроводительное письмо

в) информационное письмо

г) письмо-извинение

д) письмо-подтверждение

е) письмо-благодарность

ж) письмо-приглашение

з) письмо-поздравление

и) письмо-претензия (жалоба)

1) Хотим напомнить Вам, что вы не выполнили пункт 2 нашего соглашения…
2) Очень признателен Вам…
3) Подтверждаем получение от Вас факса…
4) Мы будем признательны, если Вы вышлете…
5) Обращаем ваше внимание на то, что ваша фирма не выполняет взятые обязательства…
6) Благодарим Вас за тёплый приём…
7) Прилагаем к документам…
8) Хотим принести наши искренние извинения за…
9) С удовольствием (с сожалением) сообщаем Вам, что…
10) Приглашаем Вас… (Разрешите пригласить Вас…)
11) Позвольте сердечно поблагодарить Вас за…
12) Если ваша фирма не …, мы будем вынуждены…
13) Просим подтвердить получение…
14) Искренне поздравляем Вас с…
15) Нам требуется…
16) Примите, пожалуйста, наши извинения за…
17) Нам стало известно, что вы выпустили новую модель… Были бы рады получить подробную информацию…
18) Направляем Вам с документами перечень…
19) К нашему большому сожалению, мы не можем…
20) Настоящим письмом подтверждаем нашу предварительную договорённость относительно…
21) Доводим до Вашего сведения, что…
22) Имеем честь пригласить Вас…
23) Разрешите сердечно поздравить Вас…
24) Считаем необходимым сообщить Вам, что…

Задание 16 **Этикет делового письма зависит от культуры и языка, на котором осуществляется деловая переписка. В чём отличие этикета делового письма в вашей стране от принятого в России?**

Деловое общение

Задание 17 Объясните, в чём заключается основное различие между общением лицом к лицу и общением по телефону. Какие вербальные и невербальные средства важны в каждом из этих случаев? Подтвердите это примерами.

Задание 18 Согласитесь, что краткость, вежливость, чёткая структура — залог успеха в телефонном разговоре. Расположите в нужной последовательности структурные компоненты беседы по телефону.

1) Позвонивший уточняет номер телефона.
2) Завершение разговора и обмен прощальными фразами.
3) Позвонивший представляется.
4) Абонент отвечает.
5) Приветствие.
6) Позвонивший просит соединить его с абонентом.
7) В случае отсутствия абонента позвонивший оставляет для него информацию.
8) Запрос информации или обмен информацией.
9) Позвонивший объясняет цель своего звонка.

Задание 19 Поделитесь опытом, как произвести благоприятное впечатление на своего собеседника в телефонной беседе. Организуйте импровизированную беседу по телефону на основе ваших наблюдений и рекомендаций.

Это интересно!

При подготовке к деловой беседе по телефону постарайтесь ответить себе на следующие вопросы.

1) Какую главную цель вы ставите перед собой в предстоящем телефонном разговоре?
2) Можете ли вы вообще обойтись без этого разговора?
3) Готов ли к обсуждению предлагаемой темы собеседник?
4) Уверены ли вы в благополучном исходе разговора?

5) Какие вопросы вы должны задать?

6) Какие вопросы может задать вам собеседник?

7) Какой исход переговоров устроит (или не устроит) вас?

8) Какие приёмы воздействия на собеседника вы можете использовать во время разговора?

9) Как вы будете вести себя, если ваш собеседник:

а) решительно возразит, перейдёт на повышенный тон;

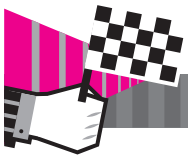
б) не отреагирует на ваши доводы;

в) проявит недоверие к вашим словам, информации?

Для подготовки к деловому разговору по телефону, в особенности междугородному и международному, лучше разработать специальный бланк, в котором будущий разговор записывается с учётом прогнозируемых ответов, например, такой:

<table>
<tr><td colspan="2">Дата _____
Номер телефона _____
Фамилия, имя, отчество абонента _____</td><td>Время _____
Организация _____</td></tr>
<tr><td>Вопросы записываются заранее
1.
2.
3.</td><td>Прогнозируемые ответы записываются заранее
1.
2.
3.</td><td>Ответы записываются по ходу беседы
1.
2.
3.</td></tr>
<tr><td colspan="3">Выводы: достигнутый результат, полученные сведения, дальнейшие действия и т. д.</td></tr>
</table>

По окончании делового телефонного разговора потратьте 3—5 минут на анализ содержания и стиля разговора. Проанализируйте свои впечатления. Найдите уязвимые места в разговоре. Постарайтесь понять причину своих ошибок.



Подведём итоги

Считаете ли вы, что русские бизнесмены — надёжные партнёры (всегда, не всегда)? Объясните, какие качества, черты делового характера русских вам импонируют, а какие будут мешать деловым контактам. Каким вы представляете идеального партнёра по бизнесу?

Урок 6

ОТНОШЕНИЯ РУССКИХ С ИНОСТРАННЫМИ ПАРТНЁРАМИ ПО БИЗНЕСУ

Словарь делового человека

будди́зм, *м. р.*
гала́нтность, *ж. р.*
инве́стор, *м. р.*
иррига́ция, *ж. р.*
ирригацио́нные сооруже́ния
ислам́, *м. р.*
конфуциа́нство, *ср. р.*
ли́дер, *м. р.*
лиди́ровать *в чём?* (в би́знесе)
мусульма́нство, *ср. р.*
педанти́чность, *ж. р.*
по́прище, *ср. р.*
правосла́вие *ср. р.*
предпринима́тель, *м. р.*
пунктуа́льность, *ж. р.*
регла́мент, *м. р.*
регламенти́ровать *что?* (поря́док)
самура́й, *м. р.*
сырьё, *ср. р.*
функционе́р, *м. р.*

Читаем текст, готовимся к беседе

Дешёвое росси́йское сырьё (лес, нефть, газ, вода́ и т. д.), высо́кая при́быль, огро́мный ры́нок де́лают Росси́ю привлека́тельной для иностра́нцев. Среди́ иностра́нных инве́сторов лиди́руют США, Герма́ния, Великобрита́ния, Ита́лия, Финля́ндия, Китай́ и др. Создаю́тся совме́стные росси́йско-иностра́нные предприя́тия (СП), кото́рые помога́ют развива́ть эконо́мику Росси́и, приближа́ют её к мирово́му у́ровню хозя́йствования.

В свое́й де́ятельности, в отноше́ниях с партнёрами иностра́нные бизнесме́ны внима́тельны ко вре́мени, рассчи́тывают на ло́гику, убежде́ние, диало́г. Так, вре́мя для европе́йца развива́ется лине́йно, в ви́де прямо́й, и тре́буется в ну́жный моме́нт дости́чь ну́жной то́чки, поско́льку «вре́мя — де́ньги». Деловы́е пробле́мы иностра́нный бизнесме́н предпочита́ет реша́ть поша́гово, от одного́ эта́па к друго́му. Он дви́жется к поста́вленной це́ли, оставля́я в стороне́ обстоя́тельства ли́чной жи́зни. Для него́ ва́жно, как де́ло реши́тся сего́дня, но ещё важне́е — что бу́дет за́втра. Любо́й би́знес — не би́знес, е́сли он не устремлён в бу́дущее.

Гото́вясь к перегово́рам с ру́сским предпринима́телем, иностра́нный бизнесме́н наведёт спра́вки о партнёре, а для заключе́ния сде́лки полу́чит необходи́мую информа́цию из всех возмо́жных исто́чников: Интерне́та, стати́стики, о́пыта предше́ственников.

Ру́сские предпочита́ют бы́стрые и результати́вные перегово́ры. Как пра́вило, они зара́нее зна́ют, како́е реше́ние подде́ржат. Когда́ в би́знесе у ру́сских возника́ет пробле́ма, они ду́мают не то́лько о том, как её реши́ть, но и каки́е высо́кие свя́зи, знако́мства помо́гут э́то сде́лать. Така́я страте́гия — в обхо́д существу́ющих норм — продолжа́ет остава́ться в Росси́и основно́й.

У оте́чественных бизнесме́нов начина́ет формирова́ться це́нностное отноше́ние ко вре́мени, ритми́чности труда́. Е́сли ра́ньше они́ уважа́ли чужу́ю пунктуа́льность, педанти́чность в де́ятельности, но не чу́вствовали себя́ обяза́нными сле́довать э́тим ка́чествам, то совреме́нный росси́йский предпринима́тель, как пра́вило, пунктуа́лен, организо́ван. Одна́ко ру́сские по-пре́жнему ме́дленно, неохо́тно настра́иваются на европе́йские и междунаро́дные станда́рты. Они́ уве́рены, что на росси́йской террито́рии зарубе́жные партнёры должны́ подстра́иваться под ру́сский стиль веде́ния би́знеса.

Обобщённый портре́т предпринима́теля-россия́нина ви́дится таки́м: приве́тливый, душе́вный, сме́лый, но дове́рчивый; жизнера́достный, скро́мный, гостеприи́мный, трудолюби́вый, но не́сколько лени́вый; уве́ренный в себе́, но преклоня́ющийся пе́ред авторите́том функционе́ра.

Интере́сно та́кже то, каки́е у ру́сских представле́ния о зарубе́жных партнёрах.

Каки́е они́, америка́нцы? В о́бразе америка́нцев сосуществу́ет мно́го противореч и́вых черт. Э́то явля́ется результа́том своеобра́зной исто́рии страны́. К приме́ру, ока́зывается, что америка́нцы трудолюби́вы тогда́, когда́ им э́то вы́годно. В таки́х ситуа́циях они́ энерги́чны, изобрета́тельны, напо́ристы, неусту́пчивы. Делови́тость по-америка́нски — э́то организо́ванность в труде́, чёткость, то́чный расчёт. Практи́чность, т. е. уме́ние извле́чь по́льзу, — ключева́я че́рта их делово́го поведе́ния. Высо́кая сте́пень организа́ции труда́, уме́ние цени́ть вре́мя, организа́торский тала́нт (в отли́чие от неме́цкой дисципли́ны) — всё э́то формиру́ется с де́тства. Самоуве́ренность, прохла́дное отноше́ние ко всему́ неамерика́нскому, преувели́ченная самооце́нка — э́то одна́ из сторо́н делово́го бизнесме́на из США. Друга́я сторона́ — простоду́шие, эмоциона́льность, легкове́рность, чу́вство ю́мора в повседне́вной жи́зни и обще́нии.

Каки́е они́, англича́не? Хара́ктер англича́н вообще́ и англича́н в би́знесе парадокса́лен. Э́то сочета́ние простоты́ и снобизма, за́мкнутости и приве́тливости. Дли́тельная и упо́рная рабо́та на по́прище комме́рции по-

роди́ла у англича́н черты́ расчётливости, предприи́мчивости, сде́ржанности, вы́держку, уве́ренность в себе́.

Темп жи́зни в А́нглии не́сколько заме́длен. Осо́бую роль игра́ют тради́ции и обы́чаи. Пунктуа́льность в еде́, во вре́мени, в би́знесе соблюда́ется неукосни́тельно.

Каки́е они́, не́мцы? Наибо́лее изве́стные национа́льные черты́ не́мцев — аккура́тность, практи́чность, добросо́вестность, то́чность, обяза́тельность, трудолю́бие. Их мышле́ние отлича́ет филосо́фская широта́, абстра́ктность. Здра́вый ум не меша́ет неме́цким бизнесме́нам быть впечатли́тельными. Но в отли́чие от францу́зов на не́мцев возде́йствуют не эмо́ции и гро́мкие фра́зы, а ци́фры, фа́кты, аргуме́нты.

Жёсткий режи́м правле́ния, стро́гая регламента́ция всех сторо́н жи́зни госуда́рства породи́ли в неме́цком хара́ктере уваже́ние к систе́ме, а та́кже любо́вь к шабло́ну, пасси́вную инициати́вность.

Каки́е они́, францу́зы? Характе́рные черты́ францу́зов — повы́шенная чувстви́тельность ко всему́ национа́льному, аналити́ческий ум, пытли́вость, сме́лость в позна́нии жи́зни. Подви́жный темпера́мент, интуи́ция меша́ют францу́зскому бизнесме́ну рациона́льно оцени́ть ситуа́цию и свои́ де́йствия. Иде́и для них предпочти́тельнее фа́ктов.

Францу́зские предпринима́тели — приме́р контра́стов. В них хра́брость сочета́ется с де́рзостью, любо́вь к свобо́де — с неповинове́нием. Они́ остроу́мны, оптимисти́чны, общи́тельны, гала́нтны, хвастли́вы.

Каки́е они́, кита́йцы? Кита́йцы спосо́бны доби́ться высо́ких результа́тов в лю́бой де́ятельности, так как они́ трудолюби́вы, терпели́вы, хладнокро́вны, насто́йчивы, споко́йны, самоотве́рженны.

Сло́жные климати́ческие и приро́дные усло́вия жи́зни, титани́ческий труд, наприме́р на строи́тельстве ирригацио́нных сооруже́ний, обусло́вили осо́бую роль общи́ны, коллекти́вного труда́. Всё э́то сформирова́ло высо́кую сте́пень зави́симости индиви́да от гру́ппы, жёсткую дисципли́ну, иера́рхию и чёткое распределе́ние роле́й.

Кита́йские бизнесме́ны име́ют суго́бо практи́ческий ум, чу́ждый абстра́ктным при́нципам. Они́ неприхотли́вы, бы́стро приспоса́бливаются к обстоя́тельствам, уме́ют дово́льствоваться ма́лым.

Каки́е они́, япо́нцы? До середи́ны XIX века Япо́ния представля́ла собо́й за́мкнутое госуда́рство с феода́льной диктату́рой. Э́то породи́ло в япо́нском со́циуме подчине́ние сла́бого си́льному, преклоне́ние пе́ред авторите́том, равноду́шие к чужи́м пробле́мам. Недоста́ток плодоро́дной земли́, по́иски минима́льных усло́вий существова́ния сформирова́ли в япо́нцах трудолю́бие, бережли́вость, сто́йкость к тру́дностям, вну́треннюю самодисципли́ну.

В би́знес-конта́ктах япо́нец проница́телен, рациона́лен, изобрета́телен, но не уве́рен в свои́х си́лах, медли́телен в обду́мывании пробле́мы.

Рабо́тают, у́чатся, пра́здну́ют, путеше́ствуют япо́нцы гру́ппой. Са́мым пра́вильным у япо́нцев счита́ется ста́вить на пе́рвое ме́сто интере́сы коллекти́ва и быть ему́ поле́зным.

Обща́ясь с япо́нскими бизнесме́нами, нельзя́ сади́ться без приглаше́ния, смотре́ть по сторона́м: вас при́мут за невнима́тельного, рассе́янного, ничего́ не сто́ящего партнёра.

Каки́е они́, ара́бы? Ара́бов та́кже воспита́ла иерархи́ческая систе́ма подчине́ния. В ней сложи́лись осо́бые но́рмы взаимоотноше́ний ме́жду вы́сшими и ни́зшими слоя́ми о́бщества, мла́дшими и ста́ршими чле́нами семе́й и родо́в.

Труд для ара́бов был тяжёлой пови́нностью, поэ́тому они́ не отлича́ются дисциплини́рованностью, скрупулёзностью. Вме́сте с тем им сво́йственны жизнелю́бие, общи́тельность, гостеприи́мство, чу́вство ю́мора.

Ара́бский язы́к с его́ гипе́рболами, мета́форами, осо́бым ри́тмико-интонацио́нным постро́ением сформирова́л ара́бское красноре́чие. Ара́бы, бу́дучи испоко́н ве́ку торго́вцами, хорошо́ владе́ют у́стной ре́чью. Она́ импульси́вна, афористи́чна, эмоциона́льна.

Совреме́нные ру́сские бизнесме́ны оце́нивают себя́ и свои́х иностра́нных партнёров таки́м о́бразом. Эти оце́нки позволя́ют сде́лать вы́вод о том, что успе́х любо́го де́ла и успе́шность любо́го государ́ства зави́сят то́лько от наро́да, лю́бящего свою́ страну́.

Задание 1 **Проверьте себя, правильно ли вы поняли текст. Ответьте на вопросы.**

1) Почему Россия привлекательна для иностранных инвесторов? 2) Какие деловые качества проявляют иностранные бизнесмены? 3) Что они понимают под деловым этикетом? 4) Какие характеристики делового этикета совпадают у разных народов? Можно ли такой этикет назвать международным? 5) В чём ключевые особенности русского делового этикета? 6) Какие стратегии и тактики в решении деловых вопросов считаются у русских бизнесменов основными? 7) Как меняется экономическое и деловое поведение современных отечественных предпринимателей? 8) Научились ли русские бизнесмены подстраиваться под зарубежных партнёров? Правильно ли это? 9) Каков обобщённый портрет русского бизнесмена? 10) Как оценивают русские деловые люди американских бизнесменов? 11) Существуют ли различия в профессиональном и повседневном поведении американцев? 12) В чём проявляется сухая расчётливость английских бизнесменов? 13) Что отличает немцев от американцев и англичан? А что — от французов? 14) Что такое *уважение к системе* по-немецки? 15) Какие черты французских бизнесменов способствуют, а какие препятствуют деловым контактам? 16) Почему китайцы особенно трудолюбивы и терпеливы? 17) Вызывают ли у вас доверие

китайские бизнесмены или нет? Почему? 18) Что лежит в основе японской стойкости и высокой самодисциплины? 19) Что следует учитывать в бизнес-контактах с японцами? 20) Можно ли связать умение арабов убеждать других, их красноречие с древним арабским ремеслом — торговлей?

Деловое общение

Задание 2 **Дайте свои суждения по поводу следующих высказываний.**

1) Если американец — раб стандартов, то англичанин — раб традиций.
2) Логика у французов — служанка.
3) Что русскому хорошо, то немцу смерть.
4) Для китайцев главное — не потерять лицо.
5) Француз (поляк) боек, а русский стоек.

Задание 3 а) **Согласны ли вы с русской оценкой иностранных бизнесменов из разных регионов мира? Или это лишь русское мнение? Что такое, по вашему мнению:**

«русские очки»;
русское *авось*;
русская работа;
дружба по-русски?

б) **Подтвердите свои суждения примерами из жизненного опыта и опыта предпринимательской деятельности.**

Задание 4 **Найдите в тексте предложения, которые выражают ту же мысль другими словами. Прокомментируйте свои наблюдения.**

1) Иностранные бизнесмены предпочитают покупать в России нефть, газ, лес, металл. 2) Крупные мировые державы считают себя экономическими партнёрами России. 3) Зарубежные партнёры решают бизнес-проблемы в России по чёткому плану. 4) В бизнесе трудно работать без прогноза. 5) Иностранные предприниматели тщательно готовятся к деловым переговорам. 6) Русские бизнесмены нередко согласовывают свои решения с вышестоящими органами. 7) Современный российский бизнесмен

научился планировать свою деятельность и рабочее время. 8) Отечественные бизнесмены считают, что в чужой монастырь со своим уставом не ходят. 9) Типичный портрет русского предпринимателя контрастен. 10) Американцы, как правило, в деловых отношениях ищут выгоды. Тогда они не жалеют усилий для достижения результата. 11) Организованность, знание предмета, расчёт, чёткость в работе — эти качества американцы называют деловыми. 12) Американские бизнесмены такие же люди, как все, если речь идёт о повседневной жизни. 13) В характере деловых людей Соединённого Королевства есть свои противоречивые черты. 14) Традиционность и пунктуальность — историческое наследие англичан. 15) Умеренность, аккуратность, философское мышление, анализ деловых вопросов — отличительные черты немецких бизнесменов. 16) Немцы — люди системы с её жёстким режимом управления, регламентированностью. 17) Для француза важно не то, что он бизнесмен, а что он *французский* бизнесмен. 18) Китайцы не любят долгих рассуждений и споров. В основе положительного решения вопросов лежит практическая польза, экономическая выгода. 19) Японцы не любят быстро принятых решений. Инициатива часто исходит не от них, а от партнёров. 20) У арабов сложилось особое отношение к труду.

Задание 5 **Согласитесь с данными ниже утверждениями или опровергните их. Аргументируйте свою позицию.**

1) Китайцы делят мир на три составные части: мы — наши сторонники — наши противники. Это чисто китайская философия жизни. 2) Самураи — представители привилегированной феодальной касты Японии — получали блестящее военное, спортивное, религиозное воспитание. 3) Японское общество построено по принципу сот, где живут пчёлы и где каждый чётко знает свои обязанности. 4) Арабы философски относятся ко времени. Считают, что это своеобразная спираль. Если сегодня ты что-то не успел сделать, то сделаешь позже и лучше. 5) Слова *«Умей держать себя в руках»* как нельзя лучше выражают девиз английской нации. 6) Англичане не забывают об умеренности ни в труде, ни в отдыхе. 7) Деньги — кумир англичан. 8) Если русский любит игру глаз, быструю мимику, то на лице англичанина ничего нельзя прочитать. 9) Русский, привыкший считать, что молчание — знак согласия, ошибочно считает, что убедил англичанина в своей правоте. 10) Только в самых редких случаях лицо немца может привлечь весёлостью, откровенностью. 11) Услужливость немца доходит до рыцарства, если он знает, что человек в затруднительном положении. 12) Как и у всякого немца, у немецкого бизнесмена сильна любовь к трём вещам — животным, музыке, цветам. 13) Честность норвежцев вошла в поговорки. А ещё норвежцы страстно любят свою родину. 14) Шведы не обладают ни искусством, ни потребностью задушевного разговора. Они не любят говорить о себе.

15) Добросовестность, верность данному слову, честность, чувство собственного достоинства, ответственность — характерные черты финских деловых людей. 16) Французы-бизнесмены ценят в русских то, чего не хватает им самим, — размах, широту, сердечность, щедрость, выдержку. 17) Итальянцы не затягивают решение деловых вопросов, охотно идут на альтернативы. 18) Важнейшими особенностями деловых испанцев является отсутствие у них привычки к долгосрочному планированию действий и перспективному прогнозированию событий. 19) Деловые японцы уклоняются от открытого столкновения мнений, избегают прямых утверждений, чтобы не задеть чувства собеседников. 20) Если японский бизнесмен хочет сказать *нет,* он обычно говорит *это трудно.* 21) На переговорах китайцы ждут, когда партнёр первым выскажет свою точку зрения. 22) Окончательное решение не принимается китайцами за столом переговоров. Они должны согласовать его с «центром». 23) Деловое поведение евреев обусловлено двумя альтернативами — стремлением показать собственную ценность и готовностью подчиняться. 24) Торговая сделка у арабов — всегда маленький спектакль. Ислам относит торговлю к престижному и почитаемому занятию, а средневековые мыслители рассматривают торговлю как род искусства, успех же в торговых делах — как признак ума.

От слова — к мысли

Задание 6 а) **Подберите толкование к синониму слову *дело*.**

Работа, труд, занятие, деятельность, бизнес, предпринимательство, служба.

1) То, что требует от человека умственных и физических сил;
2) то, что приносит прибыль;
3) то, чем ежедневно официально занимается человек в офисе, на предприятии;
4) то, с чем связаны профессиональные интересы человека.

б) **Выберите и вставьте вместо точек в предложение нужное слово. Объясните свой выбор.**

1) Всем известна благотворительн(-ый, -ая, -ое) … этого бизнесмена.
2) Фирма закрыта. Её сотрудники остались без … .

3) Г-н Пугачёв не может сейчас подойти к телефону. Он занят важн (-ым, -ой) ... .

4) Этот предприниматель известен за пределами России. У него солидн(-ый, -ая, -ое) ... .

5) ... нового сотрудника не остался незамеченным.

6) Ваш(-а, -е) ... наносит вред предприятию.

7) Мы благодарим Вас, г-жа Красина, за многолетн(-ий, -юю, -ее) ... .

8) Он государственный чиновник. На ... он строгий, ответственный человек, а дома — мягкий и великодушный.

9) Ваш(-а, -е, -и) ... всегда была направлена на развитие ... .

10) Не могу сидеть без ... .

11) Его профессиональн(-ый, -ая, -ое) ... связана с недвижимостью.

Справка: Дело, работа, труд, занятие, деятельность, бизнес, предпринимательство, служба

в) Установите соответствия между выражениями с компонентом *дело* и их значениями.

1) дело десятое	без службы
2) не у дел	что случилось?
3) между делом	в перерывах между главными занятиями
4) в чём дело?	это неважно
5) ближе к делу!	приглашение вернуться к основному вопросу
6) за дело!	действительно
7) на деле	призыв начать или продолжить работу

г) Вставьте вместо точек нужные по смыслу выражения со словом *дело*.

1) Иванов сказал, что уехал в командировку, а (на деле, между делом) заболел.

2) Эта компания не умеет работать с клиентами. Они для неё (между делом, дело десятое).

3) Ваш спор не касается проблемы, которую мы обсуждаем сегодня. (Не у дел, ближе к делу!)

4) Коллеги! Сегодня короткий рабочий день, нам нужно всё успеть сделать. (На деле, за дело!)

5) Они нередко (дело десятое, между делом) звонят по телефону своим знакомым.

6) Почему вовремя не подготовили договор? Что случилось? (Ближе к делу, в чём дело?)

7) У нас мало времени на обсуждение причин аварии. (В чём дело, за дело!)

8) Он не хотел работать усердно и ответственно. Вот и остался (на деле, не у дел).

9) Культурная программа для наших гостей — это (дело десятое, не у дел). Главное — провести с пользой переговоры с партнёрами. Итак, (на дело, за дело)!

10) Он не тот, за кого себя выдаёт, (на деле, ближе к делу) он неорганизован и неаккуратен.

Задание 7 **Составьте словосочетания со словами из списка *а* и *б* и словом *дело* и его синонимами. Употребите их в рассказе о своём бизнесе, бизнесе знакомых.**

а) Иметь (*что?*); заниматься (*чем?*), делать (*что?*); развивать (*что?*); любить (*что?*); быть (*где?*); работать (*в чём?*).

б) Любимый, -ая, -ое; профессиональный, -ая, -ое; полезный, -ая, -ое; прибыльный, -ая, -ое; престижный, -ая, -ое; успешный, -ая, -ое.

Задание 8 **Объясните, что общего и различного у глаголов *знать* и *уметь*. Вставьте вместо точек в предложения один из глаголов.**

Справка:

Глаголы ***знать*** и ***уметь*** имеют значение «быть уверенным в чём-то», **но**
знать *кого? что?* (+ В. п.);
уметь *что делать?* (+ инфинитив).

1) Весь секрет бизнеса в том, чтобы ... что-то такое, чего не ... больше никто (А. Онассис).

2) По мнению шефа, я не ... поддерживать беседу.

3) Мы ..., что могут возникнуть форс-мажорные обстоятельства.

4) Мы ... упаковывать товар согласно требованиям железной дороги.

5) Мы уже ... номер контракта. Нам его сообщили по факсу.

6) Продавец товара должен ... вежливо обслуживать покупателя.

7) Вы ..., куда нужно обращаться, чтобы снять здание для офиса?

8) Вы ... коллектив этой фирмы? Чем она занимается? Что ... делать на рынке ценных бумаг?

9) Мы ..., что качество товара должно соответствовать условиям договора.

10) Что вы ... сделать за год как успешный менеджер?

Задание 9 **Восстановите диалоги, используя глаголы *знать* и *уметь*.**

1) — ...?
— Они очень надёжные партнёры.

2) — ...?

— Мой помощник организует совещания, переговоры, выставки.

3) — ...?

— О нашей командировке знает фирма-поставщик.

4) — ...?

— Да, планирование деятельности компании поможет преодолеть проблемы кризиса.

5) — ...?

— Безусловно. Мы это делаем всегда. Мы поддерживаем коллектив не только хорошей зарплатой, но и грамотами, благодарностями.

Грамматика для бизнесменов

Глаголы с частицей -ся

В глаголах **-ся** употребляется после согласных, **-сь** — после гласных: *Он занимает**ся** бизнесом. — Я занимаю**сь** бизнесом.*

После глаголов с постфиксом -ся никогда не употребляется прямой объект.

1) Некоторые русские глаголы не употребляются без **-ся**:

бороться против кого? чего?; *нравиться / понравиться кому?*; *смеяться над кем? над чем?*

2) Некоторые глаголы с **-ся** обозначают действие, которое совершается двумя или несколькими лицами или предметами (взаимовозвратные глаголы):

знакомиться / познакомиться с кем?; *обмениваться / обменяться чем? с кем?*

После глаголов этой группы обычно употребляется Т. п.

3) С постфиксом **-ся** употребляются глаголы в страдательных оборотах настоящего времени:

Этот вопрос рассматривается (*нами*) *впервые.*

После глаголов этой группы существительное или местоимение в Т. п. может опускаться.

Задание 10 **Определите общее значение каждой из групп глаголов на *-ся*. Установите соответствие между глаголами и их обобщённым значением. Составьте предложения с одним из глаголов из каждой группы.**

а) видеться / увидеться, встречаться / встретиться, объединяться / объединиться, дружить / подружиться, прощаться / проститься	1) безличные глаголы
б) стараться / постараться, надеяться *на что?* бояться / испугаться *кого? чего?* становиться *кем? чем?* являться / явиться *куда?*	2) глаголы, указывающие на временные границы действия
в) радоваться / обрадоваться *кому? чему?* удивляться / удивиться *кому? чему?* беспокоиться *о ком? о чём?* расстраиваться / расстроиться *из-за чего?* бояться *кого? чего?* увлекаться / увлечься *кем? чем?*	3) глаголы, не употребляющиеся без ***-ся***
г) начинаться / начаться *когда?* кончаться / кончиться *когда?* завершаться / завершиться *когда?* продолжаться *сколько времени?*	4) глаголы, указывающее на внутреннее состояние, чувство
д) изменяться / измениться *как?* расширяться / расшириться *как?* развиваться / развиться *как?* сокращаться / сократиться *как?* увеличиваться / увеличиться *как?* превращаться / превратиться *во что?*	5) глаголы, указывающие на совместное действие
е) хотеться / захотеться не сидится, не лежится, не верится, не работается	6) глаголы, указывающие на изменение качества, количества, характеристики

Задание 11 **Объясните с помощью глаголов с постфиксом *-ся* значение следующих словосочетаний.**

Человек, занимающийся бизнесом; радующийся успеху дела; увлёкшийся ресторанным бизнесом; боящийся налоговой службы; обиженный на партнёров по бизнесу; изменившийся характер; улучшающееся здоровье, усиливающееся давление со стороны правоохранительных органов; повысившийся уровень жизни.

Задание 12 Задайте своему собеседнику вопросы о его рабочем графике, используя глаголы с постфиксом *-ся*, указывающие на временные границы действия (*начинаться, продолжаться* и др.).

Задание 13 Образуйте от данных ниже глаголов безличные конструкции, которые выражают нежелание или неспособность субъекта что-либо делать.

Ему (мне, ей, тебе, вам) не … .

Хотеть, читать, работать, верить, спать, сидеть, лежать, писать, думать.

Задание 14 Ответьте на вопросы, используя глагол *считать кого? кем? чем?, считаться кем? чем?* и конструкции *считается, что …, все считают, что …, я считаюсь…*

1) Каким человеком вы считаете себя?
2) Каким человеком вас считают партнёры по бизнесу, друзья, родственники?
3) Как оценивают вашу деятельность в бизнесе партнёры, друзья, близкие?
4) Какие из ваших занятий успешны?
5) Как к вашим деловым качествам относится руководство?

Задание 15 а) Найдите соответствия между глаголами в левой колонке и их значениями в правой колонке.

1) настраивать / настроить *кого? против кого? чего?* настраиваться / настроиться *против кого? чего?*	а) создавать, организовывать, содействовать, (перен.) подходить, нравиться
2) подстраивать / подстроить *кому? что?* подстраиваться / подстроиться *под кого? подо что?*	б) (*перен.*) создать определённое настроение
3) устраивать / устроить *кому? что?* устраиваться / устроиться *как? где?*	в) (*перен.*) сделать что-то тайно, с определёнными целями
4) перестраивать / перестроить *что? как?* перестраиваться / перестроиться *как?*	г) сделать заново, иначе

б) **Вставьте вместо скобок в предложения нужные по смыслу глаголы из левой колонки пункта *а*.**

1) Китайцев в деловых разговорах (...) дух дружбы.
2) Если переговоры зашли в тупик и единое решение принять трудно, китайцы могут (...) свои инициативы.
3) Японцы никогда не (...) на открытое соперничество в деловых контактах.
4) Японская деловая культура (...) партнёров на медленный темп переговоров. К официальной теме японцы переходят, когда создана атмосфера сотрудничества.
5) Русский конформизм — это способность (...) дела так, чтобы учесть новые условия и договорённости.
6) Нередко зарубежные партнёры заранее (...) на леность русских, их неумение быстро доводить до конца начатое дело.
7) Евреи (...) дело так, чтобы исключить тревожность, критику. Они воспринимают критику как недостатки характера критикующего.

Деловое общение

Задание 16 **Вам предстоит деловая поездка в Россию. Восстановите вопросы, которые вам может задать таможенник.**

... вас зовут?
... вы приехали?
... цель вашего приезда (визита) в Россию?
... вы по профессии?
... работаете?
... у вас долларов?

Задание 17 **Побеседуйте в неофициальной обстановке с вашим новым партнёром. Узнайте о нём всё, что вас интересует.**

Имя; национальность; возраст; место жительства; работа; специальность; должность; знание иностранных языков; семья; свободное время, хобби.

Задание 18 **Представьте, что вы не знаете, как расшифровать краткое название чего-либо, аббревиатуру. Уточните название а) страны, б) учреждения по модели.**

Модель: — Что такое РФ?
— Это Российская Федерация.

Справка:

а) ОАЭ — Объединённые Арабские Эмираты; КНР — Китайская Народная Республика; СНГ — Содружество Независимых Государств;

б) ООН — Организация Объединённых Наций; ЕС — Европейский союз; ЗАО — закрытое акционерное общество; ОАО — открытое акционерное общество; ПО — производственное объединение; СП — совместное предприятие; МП — малое предприятие; ЧП — частное предприятие; ЦБ — Центральный банк; МВФ — Международный валютный фонд; ЕЭС — Европейское экономическое сообщество.

Задание 19 **Уточните номер телефона по данному образцу.**

Модель: — Простите, это номер семь (код России) четыреста девяносто пять (код Москвы) двести сорок тридцать пять восемьдесят?

Справка: при назывании номера телефона / факса цифры объединяются по три, по две и записываются через дефис или с пробелами. Код города и страны даётся в скобках.

Например, +7(985) 117-15-695, 383 63 36, 8-916-909-43-99, 7(495)222-17-786, 629-45-15,

Подведём итоги

В этом уроке вы познакомились с русской оценкой деловых партнёров-иностранцев. Скажите, какие деловые качества людей разных национальностей вы считаете положительными, какие — отрицательными? Какие качества нужны бизнесмену? Какие черты характера, поведения можно простить в деловых контактах, а какие — нет?

ТЕМА 3

КАК НАЧИНАТЬ СВОЙ БИЗНЕС В РОССИИ?

Урок 7

БИЗНЕС В РОССИИ: РЕАЛЬНОСТЬ И НАДЕЖДЫ

Словарь делового человека

а́лчность, *ж. р.*
доста́ток, *м. р.*
идео́лог, *м. р.*
изоби́лие, *ср. р.*
капита́л, *м. р.*
капитали́зм, *м. р.*
конкуре́нция, *ж. р.*
отноше́ния (рыночные, деловые, неформальные)
недви́жимость, *ж. р.*
потреби́тель, *м. р.*
потреби́тельский
предпринима́тель, *м. р.*
предпринима́тельство, *ср. р.*
ры́нок, *м. р.*
труд, *м. р.* (наёмный)
эксплуата́ция, *ж. р.*

Читаем текст, готовимся к беседе

Осо́бый тип ры́ночных отноше́ний, кото́рые характеризу́ются высокора́звитым произво́дством и рациона́льным хозя́йством, называ́ется капитали́змом. Капитали́зм сложи́лся в За́падной Евро́пе и Се́верной Аме́рике ещё в XVI—XVIII века́х.

Большинство́ россия́н свя́зывают сло́во *капитали́зм* со сло́вом *капита́л*. А что тако́е *капита́л*? В ру́сском языке́ — э́то сре́дство получе́ния при́были с по́мощью эксплуата́ции чужо́го (наёмного) труда́. Второ́е значе́ние у сло́ва *капита́л* в ру́сском словаре́ — ‘больша́я су́мма де́нег’. Так, в созна́нии челове́ка капитали́зм и ры́нок оказа́лись свя́занными с приміти́вной фо́рмулой «купи́ — прода́й». Одна́ко не э́то есть рациона́льное хозя́йство. Ещё в 1748 году́ америка́нский идео́лог капитали́зма Б. Фра́нклин дава́л сове́ты молоды́м бизнесме́нам. Он произнёс знамени́тую фра́зу: «Вре́мя — де́ньги». То есть гла́вный интере́с челове́ка — его́ де́ло, бога́тство — показа́тель успе́шности де́ла. Удово́льствия, комфо́рт — э́то второ́й план жи́зни.

В Росси́и бизнесме́ны ста́ли понима́ть, что гла́вное досто́инство челове́ка — профессионали́зм. С его́ по́мощью мо́жно име́ть доста́ток, а са́мое ва́жное — уваже́ние в обще́стве. А́лчность, де́ньги любы́м спо́собом, жизнь с ши́ком далеки́ от настоя́щего предпринима́тельства. Жизнь и де́ятельность бизнесме́на в Росси́и должна́ регули́ровать осо́бая эти́ческая систе́ма. В ней нет ме́ста плохо́й репута́ции, обма́ну, нажи́ве.

Но капитали́зм и де́ньги — э́то про́шлое челове́чества. Би́знес-ры́нок до́лжен рабо́тать на нау́чный и техни́ческий прогре́сс о́бщества: избавля́ть люде́й от го́лода и боле́зней, подружи́ть языки́ и культу́ры.

У росси́йского би́знеса те же *пло́сы* и *ми́нусы,* что и у Росси́и. По́сле распа́да СССР на́ша страна́ потеря́ла са́мые тёплые ча́сти террито́рии, полови́ну населе́ния. Её основны́е бога́тства оказа́лись в зо́не суро́вого кли́мата, их добы́ча ста́ла бо́лее трудоёмкой. Вме́сте с тем измени́лось ка́чество жи́зни россия́н: изоби́лие това́ров, свобо́дные вы́боры, либера́льная конститу́ция, отсу́тствие цензу́ры, свобо́дный въезд в страну́ и вы́езд, возрожде́ние це́ркви и т. д.

Би́знес в Росси́и развива́ется ме́дленно, противореч и́во. Постоя́нно растёт би́знес-акти́вность же́нщин. Ру́сские в би́знесе и́щут незави́симости, самореализа́ции, поле́зности свое́й рабо́ты.

Растёт в стране́ и конкуре́нция. Молодо́й росси́йский би́знес стано́вится динами́чным, агресси́вным. Сла́бым нет ме́ста в би́знесе. Би́знес акти́вно развива́ется в двух направле́ниях: фина́нсово-экономи́ческом и в о́бласти недви́жимости. Настоя́щие ру́сские бизнесме́ны финанси́руют социа́льные програ́ммы, подде́рживают фундамента́льную нау́ку и обра-зо́вание, реша́ют экологи́ческие пробле́мы и мно́гое друго́е.

В ры́ночной Росси́и актуа́льны неформа́льные свя́зи. Они́ — на-дёжный спо́соб защи́ты себя́ и свои́х прав. Для представи́телей мно́гих стран таки́е страте́гии ка́жутся малоэффекти́вными, поско́льку в их стра́нах рабо́тают зако́ны, а гра́ждане законопосл у́шны. Росси́я та́кже идёт к э́тому.

В понима́нии ру́сских досто́йный бизнесме́н — тот, кто свобо́дно ориенти́руется в сфе́ре свое́й де́ятельности и облада́ет профессиона́льной компете́нцией. Тот, кто не стреми́тся сказа́ть всё, что зна́ет, но всегда́ зна́ет, что сказа́ть. Тот, кто поступа́ет как му́дрый крестья́нин, чей урожа́й пого́иб: он не опла́кивает его́, а в по́те лица́ гото́вится к сле́дующему, но́вому. Делово́й челове́к у́чится выходи́ть из тру́дного положе́ния победи́телем. Отлича́ется высо́кой информацио́нной культу́рой. Владе́ет иску́сством индивидуа́льного и группово́го обще́ния.

Каки́е сове́ты мо́жно дать бизнесме́ну, жела́ющему име́ть своё де́ло в Росси́и?

1) Постара́йтесь овладе́ть хотя́ бы ба́зовыми зна́ниями ру́сского языка́.

2) Организу́йте своё пребыва́ние в Росси́и так, что́бы отказа́ться от «туристи́ческого о́браза жи́зни»: жи́зни в гости́нице, пита́ния в рес-

тора́не, обще́ния то́лько с соте́чественниками. То есть нельзя́ остава́ться *чужи́м*.

3) Ва́жно снима́ть «очки́» свое́й культу́рной среды́, не оце́нивать люде́й по шкале́ свое́й страны́.

4) Сле́дует по́мнить, что на ры́нке борьба́ ведётся не ме́жду фи́рмами, а между их и́миджами.

5) Вербáльный и́мидж делово́го челове́ка формиру́ется то́лько че́рез у́стную и пи́сьменную речь.

Задание 1 **Ответьте на вопросы по тексту.**

1) Как давно сложился капитализм? 2) Почему первые русские бизнесмены примитивно поняли суть бизнеса и рынка? 3) Что на самом деле должно интересовать делового человека? 4) Справедливо ли утверждение о том, что в бизнесе должна существовать своя этика? 5) Что должна исключать этическая система современного бизнеса? 6) Какие причины лежат в основе трудностей российского бизнеса? 7) Какие изменения качества жизни подтверждают необходимость развивать российский бизнес, рынок? 8) Каков типичный российский бизнесмен? 9) Какие направления в деловой сфере наиболее актуальны? 10) Как помогает новый российский бизнес гражданам России? 11) Почему русские люди редко уважают тех, кто занят в деловом мире? 12) Каким должен быть бизнесмен в понимании россиян? 13) Почему так важен для современного бизнесмена вербальный имидж?

Деловое общение

Задание 2 **Дайте свои суждения по поводу следующих высказываний.**

1) О новых русских, которые открыто демонстрируют своё богатство, народ говорит: «Из грязи — в князи». Согласны ли вы с такой оценкой?

2) Сейчас в бизнес идёт молодёжь. Какой совет для неё содержится в русских пословицах «Береги платье снову, а честь смолоду», «Не стыдно не знать, стыдно не учиться», «Старый конь борозды не испортит» (старый, но опытный человек делу помогает)?

3) Почему русские оценивают деньги по-разному: «Деньги что вода», «Деньги любят счёт», «Не в деньгах счастье», «Копейка рубль бережёт», «Не имей сто рублей, а имей сто друзей»? Как в вашей культуре относятся к деньгам, богатым людям?

Задание 3 **Согласны ли вы со следующими высказываниями…**

1) Не место украшает (от *красивый*) человека, а человек место.

2) Деловой человек не должен стать «туристом» в стране, где он организует свой бизнес.

3) Каждый бизнесмен должен работать по правилам деловой культуры своей страны.

4) Дружба дружбой, а служба службой. В каких ситуациях актуальны эти слова?

5) Деловой человек должен понимать — о чём, где, как, когда, почему, с кем он говорит. Правильно ли, что «Язык мой — враг мой»?

Задание 4 **Найдите в тексте предложения, которые выражают ту же мысль другими словами. Проанализируйте свой выбор.**

1) Понятие *капитализм* связано с высокими темпами развития производства, науки, уровня жизни.

2) Капиталист *не бросает деньги на ветер.*

3) У настоящего делового человека особое отношение к профессии и богатству.

4) Бизнесмену необходимо строить бизнес и жизнь так, чтобы не быть чужим среди своих.

5) Настоящее предпринимательство не связано с получением прибыли любым путём, любыми средствами.

6) Говорят, что скромность украшает человека. Добавим — и жизнь бизнесмена.

7) В деловом мире существуют правила, которые должны соблюдать честные бизнесмены.

8) В бизнесе по-русски есть отрицательные и положительные черты.

9) В российский бизнес идут не одни мужчины.

10) На российском деловом поле можно заниматься финансами, экономикой, недвижимостью, но не охотой за лёгкими и быстрыми деньгами.

От слова — к мысли

Задание 5 **Подберите однокоренные слова (существительные, прилагательные, наречия) к глаголам из текста и объясните их значения, опираясь на значение глагола.**

Регулировать *что?* — упорядочить, привести в порядок.

Обманывать / обмануть *кого?* — не выполнить обещание.

Эксплуатировать *что? кого?* — использовать чужой труд для получения прибыли.

Нанимать / нанять *кого? куда?* — взять на работу

Предпринимать / предпринять *что?* — начать делать что-то.

Устремляться / устремиться *к чему? к кому?* — (перен.) развиваться в определённом направлении.

Задание 6 а) **Прочитайте справку. Определите, с помощью каких суффиксов образованы данные ниже существительные.**

Справка

1. Некоторые существительные образуются от глаголов с помощью суффиксов:

-ени(е) *изучать — изуч**ение***;
-ани(е) *образовать — образов**ание***;
-тель- *жить — жи**тель***.

2. Некоторые существительные образуются от прилагательных с помощью суффиксов:

-ость независимый — независим**ость**;
-ство качественный — каче**ство**.

3. Некоторые существительные образуются от существительных с помощью суффиксов:

-ик *история — истор**ик***.

Формирование, жадность, показатель, производство, отношение, знаменитость, избавление, регулирование, успешность, потребитель, активность, устремление, удовольствие, недвижимость, известность, политик, возрождение.

б) **С помощью каких суффиксов образованы следующие слова? Показателем какого рода являются их суффиксы?**

Конкуренция, реалист, редактор, капитализм, репутация, директор, профессионализм, новатор, идеалист, организация.

Задание 7 **В русском языке префиксы помогают различать слова. Прочитайте данные ниже пары слов и их значения. К какому выводу вы пришли? Аргументируйте свой ответ.**

Прибывать (приезжать) *куда?* — **пребывать** (находиться) *где?*
Приёмник (радио) — **преемник** (тот, кто продолжает чьё-то дело).

Придавать / **придать** *что? кому?* (сделать определённого качества) — **предавать** / **предать** *кого?* (передать тайную информацию).

Придел (дополнительное к дому помещение) — **предел** (граница, степень чего-нибудь).

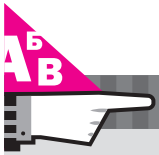
Приступать / **приступить** *к чему?* (начать делать что-нибудь) — **преступать** / **преступить** (нарушить закон).

Притворять / **притворить** *что?* (закрыть дверь, окно) — **претворять** / **претворить** (выполнить то, что намечено; в жизнь, в профессии).

Задание 8 **В деловых документах часто используется слово *лицо*. Познакомьтесь с его значениями в разных словосочетаниях и ответьте на вопросы.**

а) Говорить в лицо (*прямо, открыто*), знать кого-нибудь в лицо (*по внешнему виду*), лица нет на ком-нибудь (*бледный, расстроенный человек*), на одно лицо (*похожий*), не ударить лицом в грязь (*удачно сделать что-нибудь*), физическое лицо (*о человеке правоспособном с точки зрения закона*), юридическое лицо (*учреждение, фирма*), от лица кого-чего (*от чьего-то имени*), в поте лица (*о трудностях*), лицевой счёт (*счёт в банке*), показать товар лицом (*показать что-нибудь с лучшей стороны, как положительное*).

б) 1) Какой совет вы дадите коллеге, который не любит показывать (высказывать) своё мнение (свою позицию)? 2) Как вы успокоите коллег, которые встречают в аэропорту незнакомого человека? 3) Как вы опишете человека, у которого большие неприятности? 4) Что вы скажете новой помощнице, если вы работаете много лет с её матерью? 5) О чём вы попросите своих коллег перед важной презентацией вашей фирмы? 6) Кто имеет регулярный отпуск по закону — физические или юридические лица? 7) Как вы передадите своему коллеге слова поздравления от директора фирмы? 8) Что вы скажете о человеке, который работает 12 часов? 9) Куда может приходить заработная плата вашего коллеги, если он серьёзно заболел? 10) О чём вы ещё можете попросить коллег перед презентацией фирмы на выставке?



Грамматика для бизнесменов

Употребление глаголов несовершенного и совершенного вида

Задание 9 **Определите вид данных ниже глаголов из текста. Прокомментируйте, как они образуются, опираясь на правила.**

1. Глаголы совершенного вида (СВ) отличаются от глаголов несовершенного вида (НСВ) приставками (*писать / написать*), суффиксами (*переписывать / переписать, решать / решить*).
2. Глаголы НСВ и СВ могут иметь разные корни (*говорить / сказать, брать / взять*).
3. С глаголами *начинать / начать, продолжать / продолжить, кончать / кончить, нравится / понравиться, учиться / научиться, уметь, запрещать* и др. употребляются только глаголы НСВ (*Я начал читать статью*).

Характеризоваться, связывать, получить (прибыль), эксплуатировать (человека), оказаться, давать, сказать, показывать, стать, иметь, уважать, регулировать, работать, подружиться, потерять, развиваться, вырасти, искать, становиться, поддерживать, решать, осуждать, проявить (интерес), хотеть, узнать, решить, устраивать, защитить, казаться, оказаться, ориентироваться, стремиться, готовиться, научиться, выйти, владеть, дать, постараться, овладеть, отказаться, оставаться, снимать, оценить, снять, помнить, оценивать, вспомнить, вести (борьбу), формировать, сформироваться.

4. После слов *пора, надо, нужно, можно* (в значении *пора*) употребляются глаголы НСВ (*Можно садиться!*).
5. После слов *надо, нужно, должен* и глаголов *хотеть, мочь, просить, советовать* и др. при выражении необходимости, желания, совета употребляется глагол СВ (в значении единичного действия) (*Можно сесть!*).
6. После слова *нельзя* глаголы НСВ употребляются для выражения запрещения, а глаголы СВ — для выражения физической невозможности (Ср.: *Нельзя садиться! Все стоят. — Нельзя сесть. Нет стула*).
7. После слов *не надо, не нужно, не следует, не принято, не советую, не хочется, хватит, вредно* употребляется глагол НСВ (*Вредно курить!*).

Задание 10 **Вставьте в предложения глаголы НСВ или СВ, данные в скобках, в нужной форме. Объясните свой выбор.**

1) Раньше россияне хотели (получать / получить) интересную работу, теперь — заработок.

2) Согласны ли вы, что настоящий успех (приходить / прийти) тогда, когда умеешь (обогащаться/обогатиться)?

3) Деловой человек должен (решать / решить) задачи, которые (ставить / поставить) перед собой.

4) Молодые предприниматели, как правило, начинают (делать / сделать) бизнес с нуля.

5) Бизнесмену надо (рассматривать / рассмотреть) неудачу не как катастрофу, а как нештатную ситуацию.

6) Нужно (обсуждать / обсудить) с коллективом перспективы бизнеса.

7) Необходимо (учитывать / учесть) интересы собеседника.

8) Надо обязательно (звонить / позвонить) партнёру.

9) Я прошу вас (приходить / прийти) на открытие выставки.

10) Нам не хочется (говорить / сказать) о проблемах.

11) Мы можем (решать / решить) этот вопрос на ближайшем совещании.

Задание 11 **Какие глаголы — НСВ или СВ — употребляются для обозначения перечисленных ниже действий? Установите соответствия между информацией в левой и правой колонках.**

1) Обычные или повторяющиеся в течение какого-то времени действия.	А) Глагол НСВ.
2) Единичное действие в прошлом или будущем.	Б) Глагол СВ.
3) Результат действия в прошлом или будущем.	
4) Процесс действия.	
5) Два одновременных действия в прошедшем, настоящем или будущем времени.	В) Глаголы НСВ и СВ.
6) Единичное действие во время процесса действия.	
7) С глаголами *начинать / начать.*	Г) Глаголы НСВ и НСВ.
8) После слов *не надо / довольно.*	
9) Два последовательных действия в прошедшем или будущем времени.	Д) Глаголы СВ и СВ.

Задание 12 **Выберите правильный вариант ответа.**

1) Просим Вас срочно ... более подробную информацию по этому вопросу.	*высылать* *выслать*
2) Сообщаем, что не можем Вам ... подробную информацию о поставке товара.	*предоставлять* *предоставить*
3) Вам необходимую информацию о товаре.	*направлять* *направить*

4) Просим Вас ... по телефону получение товаросопроводительных документов.	*подтверждать* *подтвердить*
5) ... до Вашего сведения, что необходимо ... договор.	*доводить* *довести* *обновлять* *обновить*
6) ... Вас в известность, что ... Ваше письмо-подтверждение.	*ставить* *поставить* *не получать*
б) *поставить*	*не получить*

Деловое общение

Задание 13 **Начало многих деловых писем называется *глагольным*, так как ключевыми словами в них являются глаголы 1-го лица единственного или множественного числа. Не следует в деловых письмах использовать глагол с постфиксом *-ся* (*сообщается* вместо *сообщаем*). Это вносит неясность в вопрос, от кого исходит действие.**

В соответствии с заданной ситуацией сформулируйте начало письма.

Ситуация 1. Вам нужна информация о динамике роста доходов филиала вашей фирмы. **Выразите эту просьбу партнёру**.

Ситуация 2. Вы хотите **напомнить** партнёрам, что у них есть задолженность (долг) по оплате услуг аудитора. Сделайте это.

Ситуация 3. Вы должны согласиться с условиями поставки оргтехники в офис фирмы. **Подтвердите эти условия**.

Ситуация 4. Вам необходимо **довести до сведения** банка получение всей суммы по контракту. Известите об этом руководство и оператора банка.

Ситуация 5. **Сделайте предложение** фирме-партнёру на установление вами автоматической системы управления персоналом.

Задание 14 **Восстановите диалог-расспрос.**

— Мне рекомендовали поговорить с вами как с человеком, который много лет занимался бизнесом в России.
— ...?
— Я приехал в Россию в конце 90-х годов.
— ...?
— Нет, не в Москве. Я организовал свою фирму в Туле.
— ...?

— Потому что это город с развитым промышленным потенциалом.

— ...?

— В Туле делают оружие, самовары и пряники.

— ...?

— Нет, я не шучу. В этом городе можно найти самые разные направления для бизнеса.

— ...?

— Да, у меня русский коллектив.

— ...?

— Совсем не трудно. Русские люди очень трудолюбивы, дисциплинированны и любят работать вместе.

— ...?

— Проблемы есть у всех. Но их можно решить. Главное — иметь и желание, и возможности.

Это интересно!

11 интересных фактов из мира бизнеса

1. Кофе — это второй крупнейший товар в международной торговле. Первый — бензин.

2. В 1966 году на сигаретных пачках появляются предупреждения о вреде сигарет для здоровья (правда, эти предупреждения до нашего времени ещё никому не помогли бросить курить).

3. Три самые дорогие торговые марки в мире: Budweiser, Marlboro, Coca-Cola.

4. Официальный девиз фирмы IBM — «Think!» («Думай!»).

5. В казино Лас-Вегаса нет часов.

6. Немецкое вино Trokenbeerenauslese изготавливается из такого редкого сорта винограда, что квалифицированный сборщик винограда может затратить целый день на то, чтобы набрать винограда на одну бутылку этого вина.

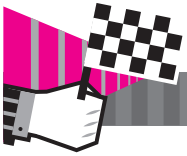
7. Первая кредитная карта была выпущена компанией «American Express» в 1951 году.

8. Королева Елизавета II входит в десятку богатейших женщин мира.

9. По статистике, 80% миллионеров покупают машины б/у, т. е. бывшие в употреблении.

10. Если бы штат Калифорния был бы страной, он бы вошёл в первую пятёрку стран по развитию экономики.

11. Треть населения Земли живёт менее чем на 2 доллара в день.



Подведём итоги

Согласны ли вы, что узнали из урока новую и интересную информацию, запомнили нужные для делового общения слова, повторили грамматику? Каково ваше мнение: чего в российском бизнесе больше — плюсов или минусов? Как вы понимаете выражения *дикий рынок, чёрный рынок*? При каких условиях в России бизнес будет настоящим, «с человеческим лицом»?

Урок 8

СОЗДАЁМ ФИРМУ: БЕЗ НАС МОЖНО — С НАМИ ЛУЧШЕ

Словарь делового человека

представи́тельство, *ср. р.*
проду́кция, *ж. р.*
сеть, *ж. р.*
торго́вля, *ж. р.*
фи́рма, *ж. р.*
филиа́л, *м. р.*

Читаем текст, готовимся к беседе

Текст 1

На́ша фи́рма начала́ свою́ торго́вую де́ятельность в 1991 году́. Снача́ла мы вели́ опто́вую прода́жу това́ров, но уже́ че́рез 5 лет ста́ли торгова́ть и о́птом, и ме́лким о́птом, и в ро́зницу. Фи́рма име́ет два магази́на в Евро́пе: в Бе́льгии и Фра́нции. У нас 9 торго́вых то́чек. Они́ распо́ложены в ра́зных стра́нах ми́ра, наприме́р в Аргенти́не, Мала́йзии и др. В 1997 году́ бы́ло откры́то представи́тельство на́шей фи́рмы в Росси́и. У нас разнообра́зный спектр проду́кции. Э́то га́зовые и электри́ческие пли́ты, утюги́ и друга́я бытова́я те́хника. По диза́йну и ка́честву они́ превосхо́дят ра́нее изве́стные моде́ли.

(*Из интервью́ с дире́ктором фи́рмы «Vetto»*)

Задание 1 **Расскажите, какую информацию вы получили из текста.**

1) Когда была создана фирма «Vetto»?
2) Какой деятельностью она занимается?
3) Каким образом фирма ведёт торговлю?
4) Какие торговые структуры она имеет?
5) Когда было открыто представительство в России?
6) Какую продукцию продаёт фирма?
7) В чём отличие этой продукции?

Задание 2 **Расскажите о статусе и направлениях деятельности различных учреждений. Используйте данные ниже речевые модели и материал для справок.**

Модели:

1) — Это российская фирма?
— Да, российская.
— Этот банк международный?
— Нет, он работает на российском рынке.
2) — Какая это фирма?
— Это торговая фирма.
— Чем занимается эта фирма?
— Эта фирма занимается торговлей.

Справка:

Объединение: торговое, рекламное, транспортное, российско-германское;
компания: финансовая, страховая, ремонтная, строительная, турецко-российская;
агентство: рекламное, транспортное, по трудоустройству;
банк: коммерческий, инвестиционный, международный, кредитный;
предприятие: промышленное, торговое, торгово-промышленное, совместное, российско-китайское;
фирма: юридическая, частная, государственная.

Задание 3 а) **Расскажите, чем занимаются данные фирмы, если известно их название.**

«Турсервис», «Медтехника», «Ремонтстрой», «Автосервис», «Инвестбанк», «Метрострой», «Роснефть», «Аэротур», «Газпром», производственное объединение «Свет», акционерное общество «Белый ветер».

б) **Как вы думаете, какую роль играет название в деятельности, рекламе предприятия (учреждения)? Какие названия лучше — подробные, длинные или короткие, сокращённые? Аргументируйте свой ответ.**

Задание 4 **Расскажите, когда были основаны и начали работать перечисленные ниже учреждения (предприятия).**

Японская корпорация «Сони» — 1946-й год, немецкий концерн «Опель» — 1863-й, англо-голландский концерн «Шелл» — 1907-й, корейская компания «Самсунг» — 1938-й, российская компания «Газпром» — 1989-й, американский концерн «Форд» — 1903-й, итальянская компания «Enel» — 1962-й, финская компания «Нокиа» — 1865 год.

Задание 5 **Скажите, в какой стране основаны и начали работать компании.**

Норвежская фирма «Статойл», немецкая компания «Байер», российский банк «Альфа», американский фонд «Артекс», шведский концерн «Конс», ассоциация «Финско-российская торговая палата».

Текст 2

ОАО «Мо́нди» — предприя́тие гру́ппы «Мо́нди» по вы́пуску бума́ги и упако́вки. Комбина́т специализи́руется на вы́пуске о́фисной бума́ги. Он та́кже произво́дит газе́тную бума́гу и обеспе́чивает 40% ры́нка о́фисной и офсе́тной бума́ги в Росси́и и СНГ. Са́мый изве́стный бренд «Мо́нди» — о́фисная бума́га «Снегу́рочка» — четы́режды признава́лся бре́ндом го́да. Комбина́т со́здан 40 лет наза́д. В ию́ле 2008 го́да начала́сь модерниза́ция промы́шленного гига́нта. (*Досье́*.)

Задание 6 **Расскажите, что вы узнали о предприятии «Монди», ответьте на следующие вопросы.**

1) Что такое ОАО? 2) Что такое группа «Монди»? 3) Когда был создан комбинат в России? 4) Чем он занимается в настоящее время? 5) Является ли его деятельность успешной? 6) Что такое бренд?

Задание 7 **Расскажите вашему собеседнику о работе известных вам предприятий в России. Используйте с этой целью слова: *давно*, *уже* (о длительном сроке), *почти*, *около*, *примерно*, *приблизительно* (о неточном сроке), *всего*, *только*, *лишь* (о коротком сроке).**

Текст 3

Как неме́цкая компа́ния OBI выхо́дит на росси́йский ры́нок?

OBI — одна́ из веду́щих в ми́ре ро́зничных сете́й по прода́жам това́ров для до́ма и са́да. Учреди́телем OBI явля́ется торго́вый конце́рн «Tengel-

mann». Сеть включа́ет 476 магази́нов. Объём её прода́ж составля́ет 6,2 млрд е́вро.

В 2003 году́ OBI вы́шла на росси́йский ры́нок. Бы́ло откры́то два магази́на в Москве́. К 2010 го́ду компа́ния откры́ла в Росси́и 30 торго́вых це́нтров.

В Росси́и OBI создала́ совме́стное предприя́тие с владе́льцем росси́йской се́ти магази́нов това́ров для до́ма «Стари́к Хотта́быч». OBI откры́ла та́кже свои́ магази́ны в Санкт-Петербу́рге, Екатеринбу́рге.

Уме́ние выбира́ть региона́льного партнёра, кото́рый хорошо́ знако́м с реа́лиями да́нного регио́на, — ва́жный компоне́нт успе́ха компа́нии OBI на росси́йском ры́нке.

Задание 8 **Ответьте на вопросы.**

1) Кто является учредителем OBI? 2) Что такое розничная сеть? 3) Чем занимается компания OBI? 4) Где она создана? 5) Как OBI представлена на российском рынке? 6) Почему для своего развития OBI выбирает не столичные города, а регионы?

Задание 9 **Сравните тексты 1, 2, 3 и скажите, какая новая информация содержится в каждом следующем тексте.**

Задание 10 а) **Расскажите о фирмах, реклама которых представлена ниже, по плану: 1) название, 2) начало деятельности, статус, 3) учредители, 4) деятельность, 5) структура (сеть, представительства, филиалы), 6) товары, услуги, 7) цены, 8) результаты, 9) планы, 10) адрес.**

Российский центр лечения слуха «Клиник», 2006 год, учредители — бельгийский концерн «Еврослух» и немецкий центр слуха «GEERS», современные методы хирургии — слуховые аппараты европейских производителей с функцией повышенной разборчивости речи. Представительства в Томске, Московской области — международные центры охраны здоровья. Консультации бесплатные, выезд специалистов на дом, скидки льготникам. Осенью цены на услуги и аппараты снижены на 50%. Адрес: ст. м. Новослободская, ул. Октябрьская, д. 2. Телефон 681-23-45, лицензия № 77-01-001203 от 26.05.06.

Частный коммерческий банк «Фундамент-банк» — акционерное общество. Создан 7 лет назад (Москва), учредители — предприятия

Москвы, отделения банка в Санкт-Петербурге, Новосибирске. Предоставление кредитов, валютные и рублёвые вклады. Адрес: 117485, Россия, г. Москва, ул. Профсоюзная, д. 100, корп. А. Телефон / факс 334-91-88 / 330-25-00, электронная почта: fundam@dol.ru Интернет: www.fundament.ru

«IBCS» («International Business Communication System») — крупная частная американская корпорация, занимается развитием частных региональных телефонных компаний в России и СНГ. Основатели — частные лица: председатель — Джеймс Хикман, исполнительный директор — Арнольд Пэт. Имеет 20-летний опыт работы в России. Услуги телефонной связи оказываются предприятиям, организациям, фирмам в различных городах. Менеджеры компании — опытные американские и российские специалисты в области коммуникации. Успех — сочетание российского и американского стиля руководства и сотрудничество персонала. Адрес: Россия, г. Москва, ул. Лубянка, 16/21. Телефон (985) 377-23-10, Интернет: www.ibcs.ru

б) **Расскажите по предложенному плану об известной вам фирме.**

Задание 11 **Расспросите собеседника о направлениях деятельности деловых учреждений, используя глаголы *продавать, предлагать, покупать, экспортировать, импортировать, финансировать, производить, переводить, торговать, поставлять, добывать, арендовать, организовывать, страховать.***

Задание 12 **Как известно, каждое учреждение имеет свою структуру: отделы, центры, управления. Структура зависит от направления деятельности учреждения. Используя данные ниже группы слов, расскажите, чем занимается конкретный отдел.**

1) **Отдел кадров:** кадровая политика, подбор и наём новых сотрудников, обучение персонала.

2) **Финансовый (финансово-экономический) отдел, бухгалтерия:** зарплата сотрудников, оплата налогов, оплата услуг, финансирование, инвестиции, планирование, аудит.

3) **Производственный отдел:** производство, ремонт и установка оборудования, контроль качества.

4) **Научно-технический отдел, центр:** технические разработки, внедрение научных исследований, связь.

5) **Оотдел снабжения:** заказ оборудования, покупка оргтехники, снабжение.

6) **Отдел маркетинга:** изучение рынка, продажа, реклама.

7) **Оптовый, транспортный отдел:** упаковка, доставка, перевозка, продажа.

8) **Сервисный центр:** гарантийное обслуживание.

Задание 13 а) **Скажите, в каком отделе работают сотрудники, если судить по названию их должностей.**

Инженер, бухгалтер, аудитор, контролёр, маркетолог, рекламист, эксперт по кадрам, водитель, инспектор, техник, специалист по связи, логист, кассир, программист, референт, технолог, экономист, юрист, пресс-секретарь, финансист, проектировщик, консультант.

б) **Дайте общую характеристику представителю конкретной профессии, например: каким должен быть специалист по рекламе? Используйте слова-подсказки.**

Опытный, исполнительный, дисциплинированный, общительный, внимательный, серьёзный, квалифицированный, скрупулёзный (точный до деталей), талантливый, знающий своё дело, пунктуальный, образованный, технически грамотный, творческий (креативный), с математическим (гуманистическим, филологическим) складом ума, логичный, последовательный.

Задание 14 **Вы проводите собеседование с потенциальным работником своей фирмы. Какие вопросы из предложенной ниже программы вы зададите соискателю? Организуйте собеседование на тему «Приём на работу» с потенциальным секретарём-референтом, маркетологом, бухгалтером, специалистом по рекламе и др.**

Программа собеседования

1) образование
2) место жительства
3) личные качества
4) профессиональные характеристики
5) характеристика с прежнего места работы
6) опыт работы по должности
7) предложения по организации будущей работы
8) наличие деловых связей
9) деловые поездки в зарубежные страны
10) планы по зарплате, льготам
11) знание иностранных языков
12) знание компьютера

13) умение работать в команде
14) семейное положение
15) здоровье

Задание 15 **Напишите собственное резюме-оценку, соответствующее вашей должности.**

Резюме	
образование объективные данные опыт работы за последние 5 лет профессиональные данные достижения по должности личные качества дополнительные сведения	

Задание 16 а) **Найдите соответствия между словами и их толкованиями. Как можно назвать данную группу слов?**

1) Компания	а) коммерческая организация в статусе юридического лица, включающая в себя заводы, фабрики, торговые центры и т. п. и осуществляющая экономическую деятельность
2) Корпорация	б) общественная организация, которая распоряжается средствами, поступающими к ней для социально значимых целей (Российский фонд культуры)
3) Концерн	в) транснациональное крупное объединение предприятий вокруг головного холдинга, материнской компании с централизованным управлением и подчинением в области финансов, инвестиций
4) Кооператив	г) организация, использующая ресурсы для производства товаров и услуг с целью получения прибыли, владеющая и управляющая одним или несколькими предприятиями
5) Объединение	д) форма организации, предусматривающая долевую собственность и сосредоточение функций управления

	в руках профессиональных менеджеров, работающих по найму
6) Представительство	е) предприятие, объединяющее в своём составе юридически самостоятельные предприятия, фирмы, координирующее их деятельность на основании договора, но не обладающее распорядительными функциями в отношении внутрифирменной деятельности
7) Агентство	ж) обособленное подразделение юридического лица, расположенное вне места его нахождения, которое представляет и защищает интересы юридического лица
8) Фонд	з) добровольное объединение людей и организаций на *паевой* основе для ведения предпринимательской деятельности (торговля, закупки, переработка, услуги, строительство)
9) Банк	и) отделение более крупного учреждения, которое ведёт его дела в данном регионе и выполняет определённый круг поручений
10) Филиал	к) финансово-кредитная организация, основной функцией которой является оказание финансовых услуг юридическим и физическим лицам
11) Фирма	л) подразделение компании, расположенное вне места её нахождения и осуществляющее все её функции или их часть, в том числе функции представительства

б) Объясните, в каких учреждениях работают перечисленные ниже лица или какую функцию в бизнесе они выполняют.

Банкир, агент, представитель (фирмы), компаньон, владелец фирмы, банковский служащий, сотрудник фирмы (компании).

Задание 17 **Если вы создали фирму и руководите ею, вам необходимо иметь бизнес-план деятельности. Ответьте на вопросы и заполните предлагаемый ниже бизнес-план.**

1) Почему деловому человеку необходим бизнес-план?
2) Всё ли учтено в предложенном бизнес-плане?

3) Имеете ли вы собственные бизнес-планы?

4) Какие документы (записи) должен вести бизнесмен, чтобы быть самоорганизованным и грамотно управлять деятельностью своего предприятия, фирмы?

Бизнес-план создания и деятельности фирмы					
№	Основные характеристики фирмы		№	Проблемы и перспективы	
1	Статус		1	Необходимость кредитов	
2	Направления деятельности		2	Гарантии их погашения	
3	Учредители		3	Планы по прибыли	
4	Филиалы, представительства		4	Планы по потерям	
5	Внутренняя структура, отделы		5	Оценка конкуренции: причины и следствия	
6	Персонал: — количество — возраст — должность		6	Уровень обслуживания клиентов	
7	Роль знания русского языка / языка партнёров		7	Динамика расширения ассортимента	
8	Характер услуг		8	Отношение к модернизации, график	
9	Перечень товаров		9		

Грамматика для бизнесменов

Глагол в безличном предложении

1. В русском языке используются предложения без подлежащего. Они называются **безличными**.
2. Сказуемое в безличном предложении может быть выражено:
а) безличным глаголом 3-го лица ед. числа (во всех временах): *стоит, следует*;
б) предикативным наречием: *нужно, нельзя*;
в) кратким страдательным причастием: *приятно, больно.*
3. Безличным предложением можно выразить:
а) состояние природы, окружающей среды: *холодает, похолодало, холодно*;
б) состояние человека (в этих предложениях субъект — существительное или местоимение — стоит в Д. п.): *Нам приятно познакомиться с вами! Мне тяжело отвечать на эти вопросы. Вам нездоровится. Им не хочется встречаться с нами*;
в) необходимость, возможность, невозможность (*надо, нужно, можно, нельзя, некогда, негде, следует, придётся, приходится*)*: Руководителю фирмы необходимо быть хорошим менеджером. Вам незачем спешить с договором*;
г) отсутствие лица, предмета (в этих предложениях субъект — существительное, местоимение — стоит в Р. п. после слов *нет, не было, не будет*)*: Директора нет на месте. Совещания сегодня не будет.*

Задание 18 **Проверьте себя, как вы поняли правило. Объясните, что выражают (какие значения передают) данные ниже предложения, и прокомментируйте грамматические особенности данных предложений.**

1) В офисе **пусто**. Все сотрудники ушли.
2) В кабинете **темно**, **можно** включить свет?
3) Мне очень **приятно** познакомиться с вами.
4) Нам **пора** заканчивать дискуссию.
5) Мне **жаль**, что наша встреча не дала результатов.
6) Всем стало **скучно**, когда выступления потеряли деловую актуальность.
7) Им будет **неприятно**, если мы не поздравим их фирму с успехом.
8) Ему **нельзя** было критиковать коллегу без аргументов.

9) Неужели вам **некуда** положить эти документы?
10) **Давно** не было такой хорошей рекламы деятельности фирмы.
11) Вам **следует** написать бизнес-план работы отдела.
12) **Нужно** заключить договор с этим банком.
13) Нам **придётся** работать с новым агентом.
14) **Можно** войти? — **Можно**, мы вас ждём.
15) Нам **не хочется** нести ненужные расходы.

Задание 19 **Замените личные предложения на безличные. Сделайте выводы: какие предложения — личные или безличные — характерны для делового общения?**

1) Мы можем войти?
2) Два месяца вы не должны работать на компьютере. Вы должны лечить глаза.
3) Мы хотим узнать, какие финансовые предложения вы нам делаете.
4) Мы ничего не видим и не слышим.
5) В 16 часов мы должны закончить совещание.
6) Я совсем не хочу спать. Наверно, я заболел.
7) Вы хотите чаю с лимоном или с молоком?
8) Вы не скучаете без любимой работы?
9) Вы удобно устроились в кабинете?
10) Вы не жалеете, что уходите с фирмы?
11) Я люблю встречаться с коллегами по бизнесу.

Задание 20 **Подберите нужные по смыслу безличные слова и вставьте в предложения.**

1) (Я) ... денег (нет, нельзя, не хочется).
2) (Мы) ... нести ответственность за досрочное выполнение договора (легко, не будет, весело, тяжело).
3) (Они) ... встретиться в неофициальной обстановке (скучно, приятно, нужно, не следует).
4) (Он) ... продолжать обучение в области менеджмента (придётся, пора, некогда, не скучно).
5) (Вы) ... опоздать на встречу (нельзя, можно, придётся, пора, не хочется).
6) (Я) ... отвечать на все вопросы (нельзя, надо, трудно, не следует).
7) (Он) ... личной машины (нет, нельзя было, негде, хочется).
8) (Они) ..., что мы не встретились (нельзя, можно, жаль, удобно).
9) (Ты) ... в этой гостинице? (холодно, больно, можно, удобно)
10) (Я) ... позвонить завтра? (пора, не следует, придётся, хочется)
11) ... входить без разрешения (не следует, нет, нельзя, не хочется).

Деловое общение

Задание 21 Описание ситуации. Вы — представитель фирмы «Автопрогресс». На международной выставке «Автопром-2010» вы встретили представителя компании, которая может быть вашим потенциальным партнёром.

Коммуникативная задача: расскажите собеседнику о вашей фирме. Постарайтесь заинтересовать его перспективами сотрудничества.

Сведения о фирме: год создания — 1991-й. Название — «Автопрогресс». Учредители: завод «Автогигант», банк «Инвеставтопром». Филиалы: Санкт-Петербург, Прага (Чехия), Пловдив (Болгария), Стамбул (Турция), Далян (Китай). Постоянные партнёры: ведущие производители Восточной Европы, а также известные торговые компании Европы, Китая. Начало работы на российском рынке — 1992 год. Штаб-квартира: г. Тольятти. Специализация: производство и продажа автомобилей. Сотрудники: высококвалифицированные специалисты и др.

Задание 22 Восстановите интервью руководителя фирмы с журналистом.

— ...?

— Не так давно. На российском рынке она чуть больше 15 лет.

— ...?

— Комплектацией и поставкой персональных компьютеров.

— ...?

— Производственно-коммерческая фирма «Астра», она занимается вычислительной техникой. И банк «Еврокредит».

— ...?

— Мы считаем, что фирма развивается нормально. Мы сотрудничаем с сетью магазинов «Белый ветер». У нас есть представительства в странах СНГ. Сейчас мы заключаем договор с рядом китайских, турецких и финских фирм.

— ...?

— Главный офис находится в Москве, а наши штаб-квартиры, представительства есть в Харькове, Ереване, Бишкеке.

— ...?

— У нас 287 сотрудников.

— ...?

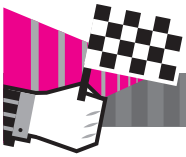
— Россия, г. Москва, ул. Старая Басманная, д. 18/3.

— ...?

— Тоже есть. Пишите: 7 (495) 261-24-80. Наш факс: 7 (495) 264-15-15.

Задание 23 **Расспросите вашего собеседника, какую фирму он представляет, в каком отделе работает, чем занимается. Используйте данные ниже материалы.**

Совместный норвежско-российский банк «Альта» (отдел кредитования), датская компания «Дизайн» (информационный отдел), компания «Аэрофлот» (отдел международных расчётов), корпорация «Выставочный центр» (производственный отдел), фирма «Холодсервис» (отдел обслуживания / сервисный центр).



Подведём итоги

Помогла ли вам информация урока систематизировать ваши знания о том, как создаётся фирма?

Вы теперь умеете оценить деятельность любой фирмы, но самое главное — знаете, с чего начать деятельность по её созданию. Скажите, нужен ли деловому человеку бизнес-план? Какие бизнес-планы вы используете — ежедневные, ежемесячные, долгосрочные?

Урок 9

ДЕЛАЕМ РЕКЛАМУ

Словарь делового человека

адреса́т, *м. р.*
вырази́тельность, *ж. р.*
диза́йн, *м. р.*
досто́инство, *ср. р.*
интересова́ть / заинтересова́ть *кого? чем?* (покупателей товаром)
напомина́ть / напо́мнить *кому?* о *чём?* (партнёру об условиях контракта)
обознача́ть / обозна́чить *что?* (преимущество услуги)
преиму́щество, *ср. р.*
привлека́ть / привле́чь внима́ние *кого? чем?* (покупателей продукцией)
производи́ть / произвести́ *что?* (рекламную продукцию)
рекла́ма, *ж. р.*
рекла́мный
рекламода́тель, *м. р.*
ро́лик, *м. р.*
сло́ган, *м. р.*

Читаем текст, готовимся к беседе

Говоря́т, нет би́знеса без рекла́мы, а рекла́мы без би́знеса, хоро́шая рекла́ма — полови́на де́ла, рекла́ма — дви́гатель торго́вли. Одна́ко в би́знесе испо́льзуется не то́лько рекла́ма, но и комме́рческие объявле́ния, комме́рческие предложе́ния.

Цель **комме́рческого предложе́ния** — дать све́дения о това́рах и услу́гах, указа́ть усло́вия сде́лки, найти́ потенциа́льных партнёров.

Фи́рменный магази́н «Интерье́р» и́щет партнёров для созда́ния совме́стного предприя́тия по прода́же ме́бели.

В комме́рческом объявле́нии обы́чно сообща́ется о конкре́тном фа́кте, собы́тии, свя́занном с де́ятельностью фи́рмы.

ООО «Торгизда́т» осуществля́ет вы́пуск печа́тной проду́кции, предлага́ет по́лный компле́кт рекла́мных услу́г, при́нятых в мирово́й пра́ктике, размеща́ет зака́зы на изготовле́ние печа́тной проду́кции за рубежо́м.

Рекла́ма име́ет конкре́тную цель — привле́чь внима́ние к предлага́емым това́рам, услу́гам. Е́сли язы́к деловы́х (комме́рческих) предложе́ний, объявле́ний нейтра́льный, то язы́к рекла́мы я́ркий, экспресси́вный. Так, в соответствии с пожела́ниями зака́зчика, компа́нии по произво́дству ме́бели «Кузьми́нки-ме́бель», отрази́ть в рекла́ме ка́чества проду́кции — лёгкость, удо́бство, элега́нтность, бы́ли со́зданы вариа́нты рекла́мы, начина́ющиеся бро́скими и интригу́ющими выраже́ниями.

Ме́бель не́жная, ме́бель лёгкая, ме́бель Кузьми́нки; *На лёгкость мо́жно положи́ться*; *Лёгкая ме́бель — счастли́вая жизнь.*

Сейча́с мно́го рекла́мы хоро́шей и ра́зной. Во-пе́рвых, рекла́ма различа́ется по це́ли, кото́рую ста́вит пе́ред собо́й рекламода́тель. К приме́ру, когда́ това́р впервы́е появля́ется на ры́нке, ва́жно его вы́годно предста́вить, обозна́чить, чем он отлича́ется от аналоги́чных това́ров други́х производи́телей: а) по ка́честву, б) фу́нкции, в) цене́. Э́то **информати́вная рекла́ма**. У неё осо́бая зада́ча — убеди́ть покупа́теля, рассе́ять его́ сомне́ния.

Я́ркие ка́дры реша́ют всё (рекла́ма фотоплёнки).

Сложне́е зада́ча у **сравни́тельной рекла́мы**. Она́ стреми́тся обозна́чить преиму́щества това́ра, услу́ги за счёт их конкре́тного сравне́ния с други́ми. Вспо́мните, как реклами́руется косме́тика, стира́льный порошо́к, зубна́я па́ста.

Грузовики́ КамАЗ как та́нки. А та́нки гря́зи не боя́тся!

Да́льше наступа́ет вре́мя **напомина́ющей рекла́мы**. И́менно она́ обя́зана заста́вить потенциа́льных покупа́телей вспо́мнить о реклами́руемом това́ре.

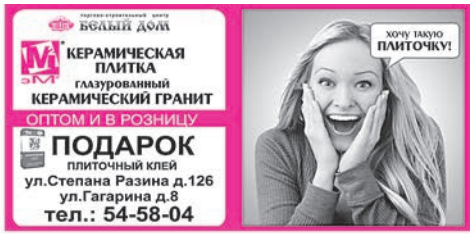
Напомина́ем: «Здоро́вье» одно́ — друго́го не ку́пишь (рекла́ма журна́ла «Здоро́вье»).

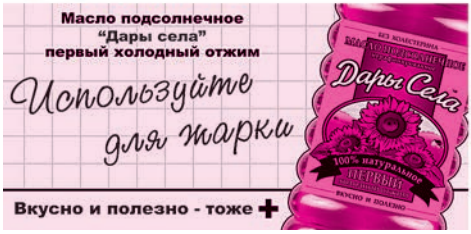
В зада́чи **подкрепля́ющей рекла́мы** вхо́дит стремле́ние убеди́ть покупа́теля в пра́вильности вы́бора.

От Пари́жа до Нахо́дки «Omsa» — лу́чшие колго́тки!

Из каки́х компоне́нтов — едини́ц информа́ции состои́т рекла́ма? В рекла́мное объявле́ние включа́ются:

1) назва́ние организа́ции, даю́щей рекла́му;
2) предложе́ние това́ров, услу́г;
3) приглаше́ние к сотру́дничеству, по́иск партнёров;
4) усло́вия сде́лки;
а) усло́вия опла́ты: цена́, валю́та, фо́рма опла́ты, льго́ты;
б) усло́вия поста́вки: сро́ки, коли́чество, спо́соб доста́вки;
в) гара́нтии;
г) кана́лы свя́зи.





Гла́вное в рекла́ме — комме́рческое предложе́ние фи́рмы-рекламода́теля. В рекла́ме мо́жет быть на́зван её потенциа́льный адреса́т.

Фи́рма «Юрпо́мощь» предлага́ет юриди́ческие услу́ги организа́циям и ча́стным ли́цам.

Ча́сто в рекла́ме обраща́ется внима́ние на гото́вность рекламода́теля к соде́йствию.

Мы помо́жем (гото́вы помо́чь, ока́жем по́мощь) установи́ть деловы́е конта́кты в Росси́и.

Рекла́му изгота́вливают специа́льные аге́нтства и рекла́мные отде́лы газе́т, ра́дио, телеви́дения. А вот сре́дств распростране́ния рекла́мы намно́го бо́льше. Наибо́лее изве́стные из них, кро́ме газе́т, ра́дио, телеви́дения, — рекла́мные проспе́кты, букле́ты, катало́ги, пресс-рели́зы, спра́вочники, рекла́мные киноро́лики; нару́жные экспози́ции (сте́нды, щиты́, плака́ты, электро́нные табло́, бегу́щая строка́ и др.), фи́рменная упако́вка, оформле́ние витри́н, интерье́ров; тра́нспортные планше́ты (в авто́бусах, такси́, поезда́х, на борта́х самолётов), сувени́ры (значки́, брело́ки, откры́тки, записны́е кни́жки, календари́ и др.).

Сле́дует выбира́ть оптима́льные сре́дства распростране́ния рекла́мы, **уче́сть си́льные и сла́бые сто́роны.** Так, у **телевизио́нной рекла́мы** мно́го досто́инств: высо́кая сте́пень привлече́ния внима́ния посре́дством сочета́ния изображе́ния, зву́ка, движе́ния. Телерекла́му отлича́ет широта́ охва́та аудито́рии, возмо́жность ока́зывать эмоциона́льное возде́йствие. Одна́ко кратковре́менность рекла́много конта́кта, появле́ние рекла́мы в бло́ке с други́ми рекла́мными сообще́ниями создаёт эффе́кт перегру́женности. Доба́вим к э́тому и высо́кую сто́имость рекла́мной телеуслу́ги.

Мно́гими оптима́льными ка́чествами обладае́т **радиорекла́ма** — э́то ма́ссовость аудито́рии, относи́тельно ни́зкая сто́имость. Но нельзя́ не согласи́ться с тем, что восприя́тие радиорекла́мы характеризу́ется бо́лее ни́зкой сте́пенью внима́ния, поско́льку предъявле́ние информа́ции то́лько звуково́е, конта́кт — кратковре́менный.

Преиму́ществами **газе́тной рекла́мы** мо́жно счита́ть операти́вность, многочи́сленность аудито́рии, авторите́тность, востре́бованность ря́да изда́ний, ни́зкие расхо́ды на рекламоконта́кт. Но не́которые преиму́щества газе́ты бы́стро стано́вятся недоста́тками: кратковре́менность существова́ния, размеще́ние её на газе́тной страни́це в бло́ке други́х рекла́мных объявле́ний. Сле́довательно, на́до приложи́ть уси́лия, что́бы ва́ша рекла́ма оказа́лась бо́лее я́ркой, информати́вной, усту́пчивой, не́жели други́е.

Нару́жную рекла́му отлича́ет частота́ повто́рных конта́ктов, сла́бая конкуре́нция, я́ркость и ка́чество диза́йна. Но ча́ще така́я рекла́ма рассчи́тана на всех, кто её ви́дит и чита́ет, а не на потенциа́льного партнёра. Поэ́тому её эффекти́вность снижа́ется, к тако́й рекла́ме привыка́ют, и утра́чивается эффе́кт новизны́, исключи́тельности, вы́годности.

Сейча́с де́лается рекла́ма на ме́сте прода́жи това́ров — **внутримагази́нные и нару́жные сте́нды, витри́нная рекла́ма**. Така́я рекла́ма заинтересу́ет покупа́теля конкре́тных това́ров, услу́г. У неё бо́льше ша́нсов дости́чь це́ли, пра́вда, среди́ ограни́ченного кру́га потреби́телей.

Наконе́ц, **почто́вая,** и́ли **прямо́я, рекла́ма** обращена́ пря́мо к конкре́тному адреса́ту, име́ет ли́чностный хара́ктер, лишена́ прямы́х

рекла́мных конкуре́нтов. Одна́ко э́та индивидуа́льная рабо́та с клие́нтами, партнёрами, регуля́рно возобновля́емая, тре́бует определённых затра́т — челове́ческих, фина́нсовых — для поддержа́ния конта́ктов. Прама́я почто́вая рекла́ма (direct male) соде́ржит, как пра́вило, таку́ю информа́цию:

1) обраще́ние к партнёру;
2) презента́ция со́бственной фи́рмы;
3) сообще́ние о су́ти рекла́мы;
4) выраже́ние наде́жды на заинтересо́ванность в сотру́дничестве;
5) заверше́ние рекла́мы, фо́рмы проща́ния.

Скоре́е всего́, рекламода́тель до́лжен уме́ть выбира́ть ти́пы рекла́мы, сре́дства её распростране́ния, опира́ясь на цель (*заче́м нужна́ рекла́ма?*) и результа́т (*чего́ с по́мощью рекла́мы ва́жно дости́чь?*).

В рекла́ме мо́гут испо́льзоваться разли́чные, в том числе́ игровы́е, те́хники и психоте́хники, наприме́р: **зако́н кра́я** (запомина́ется уда́чно соста́вленная пе́рвая и после́дняя речева́я констру́кция): *Есть иде́я — есть IKÉA*; **зако́н свя́зи па́мяти с эмо́циями:** *Блог в по́мощь* (рекла́ма Интерне́та); **зако́н свя́зи па́мяти с мышле́нием:** *Ты в но́рме, пока́ ты в фо́рме* и др.

Задание 1 **Проверьте себя, правильно ли вы поняли текст. Ответьте на вопросы.**

1) Какие типы рекламной информации используются в бизнесе?
2) Почему без рекламы нет бизнеса?
3) Чем отличается коммерческое объявление, коммерческое предложение?
4) Если товар или услуга впервые появляются на рынке, какая информация о них наиболее значима?
5) Какова цель информативной рекламы?
6) Почему у сравнительной рекламы задачи более сложные, чем у информативной?
7) Является ли напоминающая реклама самостоятельной? Почему у рекламы такое название?
8) В чём должна убедить адресата подкрепляющая реклама?
9) Из каких блоков — единиц информации состоит реклама?
10) Почему важно описать в рекламе условия сделки, гарантии, каналы связи?
11) Можно ли назвать рекламу без адресата безадресной?
12) Широта рекламы — это её положительное качество?
13) Зачем рекламе нередко необходимо прямо обратиться к адресату?
14) Какие существуют средства распространения рекламы?
15) Как выбрать оптимальное средство для рекламы?

Деловое общение

Задание 2 **Согласны ли вы с тем, что:**

а) если вы — бизнесмен, то без рекламы трудно развивать свой бизнес;

б) если вы — рекламодатель, то должны уметь ориентироваться в рекламной продукции, уметь её планировать.

Аргументируйте свой ответ?

Задание 3 **Прочитайте фрагменты реклам-призывов к совместной деятельности. Выберите наиболее понравившиеся вам. Прокомментируйте свой выбор.**

1) Мы обеспечим вам путь к успеху!
2) Ваша прибыль — наша задача.
3) Реклама — это ваш шанс!
4) Мы ждём вас уже сегодня!
5) Делаем рекламу вместе!
6) Имейте дело в нами!

Задание 4 **Согласны ли вы, что:**

1) нет бизнеса без рекламы;
2) нет рекламы без бизнеса;
3) хорошая реклама — половина дела;
4) реклама — двигатель торговли?

Задание 5 **Обратитесь к потенциальным покупателям, партнёрам с помощью рекламного призыва.**

1) Мы всегда рады ... .
2) Наш девиз — ... .
3) Наша цель — ... .
4) У нас ... .
5) Главное для нас — ... .
6) Работа с нами — ... .
7) Пользуйтесь ... .

От слова — к мысли

Задание 6 **Составьте словосочетания из слов списка *а* и *б*, употребите их в предложении.**

а) Реклама — радио, бизнес, контакт, коммерческий, посреднический, фирменный, сервисный;

б) реклама — давать / дать *что?,* печатать / напечатать *где?,* размещать / разместить *где?,* публиковать / опубликовать *где?*

Задание 7 **Распределите слова по группам: 1) субъект, 2) объект, 3) свойства. Расскажите, как они образованы. Какие из слов имеют отношение к созданию рекламы?**

Адресат, яркость, дизайнер, заинтересованность, достоинство, агентство, престижность, потребитель, исключительность, сделка, гибкость, выгода, преимущество, массовость, поставка, аналог, пользователь, значимость, рекламодатель, своевременность.

Задание 8 а) **Образуйте существительные, обозначающие занятие, от следующих глаголов.**

Поставлять / поставить, изготавливать / изготовить, продавать / продать, осуществлять / осуществить, обменивать / обменять, покупать / купить, реализовывать / реализовать, разрабатывать / разработать, организовывать / организовать, строить / построить.

б) **Расскажите, чем занимается ваша фирма. Используйте образованные вами существительные.**

Задание 9 а) **Объясните, как образованы сложные слова, выделенные курсивом, и что они обозначают.**

Первоклассный товар, *высококачественная* техника, *дорогостоящее* оборудование, *взаимовыгодное* сотрудничество, *конкурентоспособный* товар, *многоаспектная* деятельность, *второсортная* продукция, *низкокачественные* услуги.

б) **Какие из словосочетаний можно использовать в рекламе? Почему?**

Расскажите, что *производит, продаёт, выпускает, устанавливает, поставляет, ведёт, осуществляет, реализует* фирма на рынке.

Задание 10 **Выберите и вставьте в предложение вместо точек подходящие по смыслу слова и словосочетания, данные в скобках. Аргументируйте свой выбор.**

1) Фирма «Электроника» ... высококачественной техники (осуществлять сотрудничество, продажу, аренду, торговлю).

2) Ассоциация «Развитие» ... (готова сотрудничать, ищет, устанавливает контакты) деловых партнёров.

3) Малое предприятие «Синтез» ... ремонт и реставрацию мебели (осуществляет, производит, ищет партнёров, приобретает).

4) Фирма «Автоторг» ... автомобилями ВАЗ, ЗИЛ (открывает торговлю, осуществляет торговлю, закупает, продаёт).

5) Компания «Стройкомплект» ... по строительству и дизайну помещений (осуществляет услуги, предоставляет услуги, осуществляет сотрудничество, ищет партнёров).

6) Российская гильдия риелторов ... квартиры после евроремонта (покупает, осуществляет торговлю, предлагает, осуществляет продажу).

7) Торгово-посредническое агентство «Звук» ... техническое обслуживание выставок, презентаций, бизнес-форумов (предлагает, обеспечивает, приглашает, осуществляет, приобретает).

Задание 11 **Составьте рекламный микротекст, в котором следующие учреждения предлагают товары или услуги.**

1) Фирма «Аргумент»;
2) компания «Интерьер»;
3) информационный центр «Кадры»;
4) телевизионное агентство «Монтаж»;
5) торговая сеть «М.видео»;
6) магазин-салон «Одежда».

Задание 12 **Одним из информационных блоков рекламы является блок «Условия сделки». Составьте рекламный микротекст по схеме: *фирма — предложение — оплата.* Используйте материалы задания 11 и справку.**

Справка:

Цена — низкая, доступная, умеренная, льготная, гибкая, договорная, рыночная, свободная.

Оплата (*какая?*) — в рублях, в валюте, в долларах США, комбинированная (частично в валюте, частично в рублях).

Продавать (*как?*) — за рубли, за наличные, по безналичному расчёту, по гарантийному письму, по перечислению.

Задание 13 **Познакомьтесь с информацией об условиях поставки товаров, услуг и новыми словами:**

1) сроки поставки: (*поставлять*) *срочно, немедленно, в течение суток, в сжатые сроки, по факту оплаты*;

2) количество продукции: (*продавать*) *оптом, в розницу, большими партиями, малыми партиями*;

3) способ доставки: (*доставлять*) *самодоставка, доставка заказчика, доставка фирмы-продавца.*

Задание 14 **В рекламе рекламодатель указывает гарантии и льготы. Какую информацию о фирме, направлениях её деятельности, гарантиях вы узнали из следующих предложений?**

1) Агентство «Фокус-тур» предлагает вам совершить увлекательное путешествие по городам «Золотого кольца России»: Владимиру, Суздалю, Ярославлю. Мы гарантируем высококачественное обслуживание, прекрасный отдых, массу впечатлений.

2) Сеть обувных магазинов «Фабрика обуви» устраивает презентацию-продажу новой коллекции. Качество товара Вас не подведёт, цена обрадует.

3) *Ремонт как песня.* Наш магазин строительно-отделочных материалов «Мастер» превратит ремонт Вашей квартиры в удовольствие. Быстро, легко, интересно, профессионально — это позволяют сделать во время ремонта наши материалы.

4) Супермаркет «Седьмой Континент» — всегда свежее молоко, даже если это сгущёнка. Всегда свежая рыба, даже если это шпроты.

5) Вы расстроитесь, если опоздаете? Позвоните сейчас! С такой ценой можно отложить все дела. Встречайте новую весну в этом новом светлом доме! Позвоните, и мы предоставим план-схему дома и участка. Не упустите этот шанс... Позвоните немедленно! Работаем без выходных. Консультации и выезд специалиста бесплатно.

6) Новая коллекция в магазине «Hitmart». Зима не наступила?! А у нас уже скидки!!! Гипермаркет кожи и меха. Семейная покупка. *Одень семью, получи тысячу рублей.* У нас не дешевле — у нас лучше.

7) *Росбанк.* Цель кредита — просто деньги. Решение многих проблем упирается в то, что просто нужны деньги. Мы думали об этом, когда разрабатывали кредит «Просто деньги». Выберите из наших отделений ближайшее и приходите. Мы всегда готовы помочь и не сомневаемся в том, что вы сможете сами правильно распорядиться деньгами. Поэтому мы не

спрашиваем, зачем они вам. Мы просто выдаём деньги. А ещё и скидки по процентам. *Росбанк.*

Задание 15 **Прочитайте рекламы. Расскажите об услугах и гарантиях, которые предоставляют фирмы. Используйте необходимые речевые модели.**

1) **Обязательное медицинское страхование в компании «РОСНО».**
Обязательное медицинское страхование (ОМС) призвано обеспечивать всем людям равные возможности в получении медицинской и лекарственной помощи в рамках действующей программы ОМС.

2) **Группа компаний «СПОРТМАСТЕР»** является абсолютным лидером розничного и оптового рынков спортивных товаров России и СНГ. Мы достигли этого благодаря продуманной стратегии и профессиональной команде, её целеустремлённости и уверенности — комбинации качеств, которые приводят к успеху не только спортивные команды, но и торговые компании. Мы предлагаем нашим покупателям самые лучшие и качественные спортивные товары.

3) **Компания XEROX** — мировой лидер в области технологий печати и управления документами. Индивидуальный подход, поиск оптимального решения и схемы работы, максимальное удовлетворение заказчика — вот те стратегические принципы, которыми руководствуется корпорация XEROX во всём мире. Познакомьтесь с обновлённой компанией XEROX и откройте для себя новые способы организации производства, которые помогут развитию вашего бизнеса.

Задание 16 **В рекламе указывается информация о том, как связаться с рекламодателем. Прочитайте рекламу, расскажите, какой в ней предлагается способ связи, о чём ещё и каким образом сообщается в рекламе.**

1) **ООО «РАКЕТЛОН»** создан в 2007 году командой профессиональных игроков в теннис, бадминтон, сквош и настольный теннис. Наш магазин заключил договоры поставок с крупнейшими и лучшими производителями спортивного инвентаря и экипировки для ваших любимых видов спорта. Поэтому наши цены ниже и доступнее. Список доступных для покупки товаров постоянно расширяется. В нашем магазине действуют скидки и другие акции для постоянных покупателей. Мы гарантируем высокое качество нашей продукции и низкие цены. Если Вы сомневаетесь в выборе той или иной модели, то, позвонив нам по номеру (495) 509-80-49, сможете получить бесплатную консультацию.

2) «**Yonex**» — лидер по производству спортивного инвентаря для бадминтона и тенниса. Компания «Yonex» относится к игре так же серьёзно, как и Вы. «Yonex» — компания с более чем полувековой историей. Из не-

большого предприятия, производящего деревянные лодки, «Yonex» выросла в лидера спортивного инвентаря для тенниса, бадминтона и гольфа. Сейчас «Yonex» — это глобальная компания с головным офисом в Токио. Дочерние компании рассредоточены по всему миру, включая Россию, США, Великобританию, Германию, Канаду, Тайвань. «Yonex» продолжает производить технологически передовой и профессиональный спортивный инвентарь, чтобы игроки любого уровня имели возможность развивать свои навыки и получать удовольствие от игры. Если у Вас есть любые вопросы, пожалуйста, напишите нам письмо по электронной почте на адрес: contact@yonex.ru.

3) **Гостиница для кошек «Cat's Dream Hotel»** — первая специализированная гостиница для кошек в Москве. Наши маленькие друзья часто нуждаются в том же, что и мы: нежности и ласке, тишине и покое. У нас они найдут все условия для полноценного кошачьего отдыха. Индивидуальный подход к каждому, даже самому маленькому, клиенту гарантирует высокий уровень услуг и качества обслуживания. Наши контакты: www.cat-hotel.ru, chotel@yandex.ru, тел.: (495)960-66-63, 8(903)762-59-69.

Этикет делового общения

Задание 17 **Вы обращаетесь в рекламное агентство, чтобы узнать о возможностях дать рекламу. Организуйте диалог-расспрос по следующему образцу.**

— Это рекламное агентство?
— Совершенно верно. Здравствуйте. Что вы хотите узнать?
— Я хочу уточнить: заявку на рекламу вы принимаете по телефону, факсу или Интернету?
— Выбирайте удобный для вас вид связи.
— А куда обращаться за справками?
— В информационный отдел.
— По каким дням он работает?
— Ежедневно, кроме выходных.
— В какое время дня вам лучше звонить?
— С 10 часов до 18.
— Благодарю вас.
— До свидания!

Задание 18 **Что вы посоветуете своим знакомым в следующих ситуациях. Используйте речевые модели: могу вам порекомендовать…; предлагаю вам…**

Ситуация 1. Ваш знакомый — бизнесмен из Армении хочет найти в Москве партнёров по развитию горного туризма. Как ему быстрее решить проблему?

Ситуация 2. Ваш партнёр по бизнесу хочет срочно поместить рекламу в газете «Деловой мир». Однако газета выходит один раз в неделю. Что лучше сделать в таком случае?

Ситуация 3. В спортивном клубе вы познакомились с человеком, который хочет заниматься производством и продажей экологически чистой косметики в России. Какой совет можно ему дать?

Ситуация 4. Ваши бывшие сослуживцы хотят открыть фирму по транспортировке товаров. Как им найти партнёров?

Грамматика для бизнесменов

Прямая и косвенная речь

Чтобы пересказать диалог (прямую речь) другому лицу, используется косвенная речь. Прочитайте правила русского языка о том, как перевести прямую речь в косвенную.

1. Если в прямой речи есть вопросительные слова *где? куда? когда?* и др., они сохраняются в косвенной речи, сравните:
Я спросил помощника: «*Где вы были вчера?*» — *Я спросил помощника, где он был вчера*.
2. Если в прямой речи нет вопросительного слова, то в косвенной речи употребляется частица *ли,* которая ставится после слова, выражающего вопрос, сравните:
Я спросил помощника: «*Вы звонили директору фирмы*?» — *Я спросил помощника, звонил ли он директору фирмы*.
3. Если прямая речь — сообщение (не вопрос), то в косвенной речи употребляется союз *что*, сравните:
Я сказал секретарю: «*Мне нужно позвонить директору фирмы*». — *Я сказал секретарю, что мне нужно позвонить директору фирмы*.
4. Если прямая речь — приказ или просьба, то в косвенной речи употребляется союз *чтобы*, сравните:
Я прошу: «*Позвоните директору фирмы*». — *Я прошу, чтобы вы позвонили директору фирмы. / Я прошу позвонить директору фирмы*.

5. Союз *что* в косвенной речи употребляется после глаголов, выражающих вопрос или сообщение. Союз *чтобы* употребляется в косвенной речи при выражении просьбы, приказа, совета, желания:
спрашивать — спросить *что*;
говорить — сказать *что чтобы*;
сообщать — сообщить *что чтобы*;
просить — попросить *чтобы*;
советоваться — посоветовать *чтобы*;
хотеть — захотеть *чтобы*;
требовать — потребовать *чтобы*

Задание 19 **Трансформируйте прямую речь в косвенную.**

1) Начальник отдела потребовал: «Сделайте работу в срок!»
2) Бизнесмен сообщил партнёру: «Мы сделали интересную рекламу фирме».
3) Мы посоветовали партнёрам: «Сделайте рекламу детальной. Укажите условия сделки, условия поставки».
4) Партнёр просил проинформировать: «Какие льготы есть на эти товары?»
5) Меня попросили по телефону: «Дайте, пожалуйста, информацию о деятельности вашей компании».
6) Организаторы выставки написали мне: «Международная выставка пройдёт в январе в Бельгии».
7) Мы поинтересовались у клиентов: «Откуда вы знаете о выставке в Брюсселе?»

Задание 20 **Ответьте на вопросы по образцу. Обсудите возможные варианты ответа.**

Модель:
— Ваша фирма дала рекламу в газету?
— Я не знаю, дала ли наша фирма рекламу в газету.

1) Завтра будет презентация вашей фирмы?
2) Выставка нанотехнологий уже открылась?
3) Вы взяли у секретаря документы на подпись?
4) Вы передали ему мою записку?
5) Мой секретарь послал факс партнёрам?
6) Вы передали шефу мою просьбу об отпуске?

Деловое общение

Задание 21 Используя информацию, грамматику, лексику урока, расспросите вашего посетителя-бизнесмена по следующему плану:

1) Название его фирмы.
2) Направления деятельности фирмы.
3) Условия потенциальных сделок с фирмой: цена, способы оплаты, гарантии, льготы.
4) Условия поставки.

Задание 22 Составьте рекламу вашей фирмы в разных вариантах: реклама-слоган, краткая реклама, детальная реклама.

Задание 23 а) Определите, какие технологии привлечения внимания использованы в следующих выражениях из рекламы. Прокомментируйте свой ответ.

COCA-покупатель, шоп-прогулка, €-дети, PEPSI-настроение.

б) Поделитесь своими наблюдениям: как сделать рекламу яркой, запоминающейся?

Это интересно!

1. *Самая дорогая рекламная кампания* в мире. В 2002 году фирма «Pepsi» пригласила поп-певицу Бритни Спирс для рекламирования своей продукции. За 90-секундный ролик знаменитый производитель прохладительных напитков выложил 7,53 миллиона долларов.

2. *Самое дорогое путешествие* в мире. Американский бизнесмен Дэнис Тито и компьютерный миллионер из ЮАР Марк Шаттлворт заплатили каждый по 20 миллионов долларов за то, чтобы слетать на МКС — международную космическую станцию.

3. *Самая дорогая избирательная кампания* в мире. Этот рекорд принадлежит Майклу Блумбергу, который баллотировался на пост мэра Нью-Йорка в 2001 году. Каждый из 744 757 поданных за него голосов обошёлся ему в 86,10 евро.

4. *Самая дорогая обувь.* Поистине драгоценные туфли на высоком каблуке были изготовлены знаменитым ювелиром Стюартом Вайцманом. Они украшены 642 рубинами. Цена — 1,6 миллиона евро.

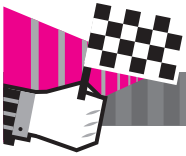
5. *Самый дорогой обед* в мире. Дэвид Айнхорн (глава фирмы «Greenlight Capital») на торгах за 250 100 долларов приобрёл себе право отобедать со своим кумиром, миллиардером Уорреном Баффетом.

6. *Самая дорогая картина* в мире — полотно Эдварда Мунка «Крик» в 2012 году сменило своего владельца почти за 120 миллионов долларов.

7. *Самый дорогой костюм* в мире — костюм американских космонавтов. Он стоит 9 миллионов долларов и одновременно является самым дорогим предметом одежды в мире.

8. *Самая дорогая гостиница* в мире — гостиница «Burj Al Arab» в Дубае. За самый скромный номер придётся заплатить 770 евро за ночь, а королевские апартаменты обойдутся вам в 7700 евро.

9. *Самая дорогая торговая марка* в мире — «Coca-Cola». Её стоимость оценивается в 68,9 миллиарда долларов, что составляет почти 60 процентов стоимости всей фирмы.



Подведём итоги

Целью урока было научиться читать, анализировать и создавать рекламу. Дилетанты могут сказать: «Это не дело бизнесмена. У него есть помощники». Это так. Однако вспомните фразу Бэкона «Знание — это сила». Следовательно, чтобы быть сильным бизнесменом, надо много знать, в том числе как делать рекламу.

ТЕМА 4

КАК ПРАВИЛЬНО ВЕСТИ ДЕЛОВУЮ ДОКУМЕНТАЦИЮ В РОССИИ?

Урок 10

УЧИМСЯ РАБОТАТЬ С КОНТРАКТОМ

Словарь делового человека

вступи́ть (в силу)
гара́нтия, *ж. р.*
гаранти́ровать *что? как?* (зарплату)
догово́р, *м. р.*
заключа́ть / заключи́ть *что? с кем?* (сделку)
име́ть юриди́ческую си́лу
контра́кт, *м. р.*
ку́пля, *ж. р.* — прода́жа, *ж. р.*
огова́ривать / огвори́ть *что?* (условия)
полномо́чие, *ср. р.*
расторга́ть — расто́ргнуть *что? с кем?* (договор с компаньоном)
регули́ровать / урегули́ровать *что?* (разногласия)
са́нкция, *ж. р.*
устана́вливать / установи́ть *что?* (отношения)

Читаем текст, готовимся к беседе

Контра́кт или догово́р — это докуме́нт, в кото́ром фикси́руется соглаше́ние дву́х или бо́лее сторо́н. Э́то соглаше́ние, как пра́вило, устана́вливает определённые отноше́ния ме́жду партнёрами, а та́кже усло́вия их выполне́ния и регули́рования. Контра́кт име́ет юриди́ческую силу. То есть его содержа́ние и поря́док заключе́ния регули́руются граждан ским ко́дексом.

Существу́ет не́сколько ви́дов контра́ктов (догово́ров). Соглаше́ние ме́жду стра́нами в о́бласти экономи́ческих, полити́ческих, други́х отноше́ний, кото́рое регули́рует права́ и обя́занности госуда́рств, называ́ется **междунаро́дным догово́ром**.

Внешнеторго́вые контра́кты мо́гут заключа́ться ме́жду прави́тельствами, отде́льными фи́рмами и ли́цами. К ним отно́сятся *догово́р ку́п-*

ли-прода́жи, лицензио́нный догово́р, креди́тный догово́р, ба́ртерный договóр, договóр о совме́стной де́ятельности и др.

В делово́й пра́ктике ча́сто испо́льзуется **договóр ку́пли-прода́жи**. Он регули́рует таки́е вопро́сы, как:

1) предме́т договóра;
2) цена́;
3) срок поста́вки;
4) усло́вия опла́ты;
5) гара́нтии ка́чества и коли́чества;
6) права́ и обя́занности продавца́ и покупа́теля;
7) са́нкции за неисполне́ние договóра;
8) освобожде́ние от отве́тственности;
9) поря́док разреше́ния возмóжных спóров;
10) язы́к контра́кта;
11) вступле́ние в си́лу;
12) це́ссии (усту́пки);
13) поря́док расторже́ния договóра;
14) правовы́е после́дствия.

При составле́нии контра́ктов ча́сто испо́льзуют типовы́е фóрмы. Типово́й контра́кт содéржит осно́ву соглаше́ния, кото́рую в зави́симости от реа́льных обстоя́тельств и конкре́тных ситуа́ций мóжно измена́ть, дополня́ть.

Типово́й контра́кт состои́т из не́скольких часте́й и име́ет чёткую структу́ру. В него́ вхóдят сле́дующие компоне́нты (реквизи́ты):

1) заголóвок контра́кта и нóмер контра́кта (располага́ются вверху́);
2) да́та подписа́ния (располага́ется в пра́вом углу́);
3) ме́сто подписа́ния (ука́зывается в ле́вом углу́);
4) определе́ние сторóн;
5) основна́я часть;
6) юриди́ческие адреса́;
7) ба́нковские реквизи́ты сторóн;
8) пóдписи и печа́ти сторóн.

Задание 1 **Проверьте себя, правильно ли вы поняли текст. Ответьте на вопросы.**

1) Что такое контракт — документ или устное соглашение?
2) Что устанавливает контракт между сторонами, подписавшими его?
3) Имеет ли контракт юридическую силу?
4) Как называется контракт, заключённый между странами?
5) В каком договоре обсуждается право другого государства или его фирмы на открытие сети супермаркетов?

6) Что такое договор *купли-продажи?* Какие отношения он регулирует?

7) Обсуждается ли в договоре купли-продажи между партнёрами из разных стран язык контракта?

8) Нужно ли описать в договоре купли-продажи гарантии качества продукции и её количества?

9) С какой целью используется типовой договор?

10) Что такое реквизиты типового контракта, договора?

11) Нужно ли строго по правилам располагать реквизиты, например дату подписания, в правом углу? Почему?

12) Зачем нужны банковские реквизиты?

Задание 2 **Согласитесь с данным утверждением или опровергните его.**

1) В заключении контракта участвует более двух сторон.

2) Контракт и договор — идентичные (аналогичные) понятия, синонимы.

3) Стороны — так называют государства, фирмы, людей, которые заключают контракт.

4) В контракте описываются определённые отношения между партнёрами. Условия же их выполнения и регулирования даются в приложении к контракту.

5) Контракт — не догма, его можно регулярно менять.

6) Бартер — это натуральный товарообмен, при котором одна вещь меняется на другую без денежной оплаты, торговая сделка, осуществляемая по схеме «товар за товар».

7) Договор о совместной деятельности определяет права партнёра — инициатора данного договора.

8) В деловой практике самым распространённым является договор купли-продажи.

9) Договор купли-продажи имеет, как правило, произвольную форму.

10) Типовой договор — основа, помощник при составлении контрактов.

Задание 3 **Прочитайте несколько разделов контракта. Найдите в нём типичные для конкретного раздела слова, которые представлены для справки в правой колонке.**

Определение сторон

Предприятие «Электрон», Москва, Ленинский проспект, д. 10, именуемое в дальнейшем «Продавец»,

Справка

именовать *кого? как?*
именуемый в дальнейшем
уполномочить *кого? что сделать?*
полномочие

в лице своего уполномоченного, директора Новикова А. Г., с одной стороны, и организация ООО «Электроторг», г. Калининград, ул. Ярская, 16/1, именуемая в дальнейшем «Покупатель», в лице своего представителя Маева О. Ф., с другой стороны, заключили настоящий контракт о нижеследующем.

в лице уполномоченного
в лице представителя
с одной стороны
с другой стороны
заключать / заключить контракт
контракт о нижеследующем

1. Предмет контракта

1.1. Продавец продал, а Покупатель купил в количестве 150 единиц следующий товар: мониторы.
1.2. Поставка товара, указанного в п. 1.1, будет осуществлена в течение одного месяца.
1.3. Качество товара должно соответствовать техническим условиям, являющимся неотъемлемой частью настоящего контракта (см. Приложение).

Справка

продавать / продать
продавец
покупать / купить
покупатель
поставлять / поставить
поставщик
купить *в каком количестве?*
настоящий контракт
осуществлять / осуществить поставку
поставка (*какая?*) в течение месяца
соответствовать
соответствие
являться неотъемлемой частью договора

2. Цена

2.1. Цена товара, указанного в п. 2.1. настоящего контракта, составляет 6 тысяч (шесть тысяч) рублей за единицу.
2.2. Общая стоимость проданного по настоящему контракту товара составляет 900 000 (девятьсот тысяч) рублей.
2.3. В стоимость товара включается стоимость упаковки и маркировки товара, расходы по его погрузке и разгрузке, транспортировке, страхованию, лицензированию. Указанная в п. 2.1 цена является фиксированной и изменению не подлежит.

Справка

указывать / указать
указанный
составлять / составить
стоить
стоимость
включать / включить в стоимость
упаковывать / упаковать
упаковка
маркировать
маркировка
расходовать / израсходовать
расходы по погрузке
фиксировать / зафиксировать
фиксированная цена
(не) подлежать изменению

3. Оплата

3.1. Оплата стоимости поставляемого товара будет производиться с аккредитива банка «Банк Москвы», г. Москва, ул. Сретенка, 15.
3.2. Покупатель обязуется открыть в течение 14 дней после подписания настоящего контракта безотзывный возобновлённый аккредитив на общую сумму стоимости поставляемого по настоящему контракту товара.
3.3. Оплата стоимости поставляемого товара будет произведена сразу после предоставления в банк Продавцом следующих документов:
1) счетов в 3 (трёх) экземплярах;
2) копий — 1 экземпляр;
3) страховых полисов;
4) копий сертификата качества;
5) копий извещений об отправке товара и его маркировке.
3.4. В случае, если Покупатель просрочит открытие аккредитива, Продавцу предоставляется право расторгнуть настоящий контракт.

Справка

производить оплату
оплата с аккредитива
открывать / открыть аккредитив
отзывать / отозвать оплату
безотзывный аккредитив
возобновлять / возобновить
возобновляемый аккредитив
аккредитив на сумму
просрочивать / просрочить
предоставлять / предоставить право
расторгать / расторгнуть договор

От слова — к мысли

Задание 4 **а) Составьте словосочетания с некоторыми глаголами, употребляемыми в тексте контракта.**
б) Образуйте существительные от глаголов. Сделайте выводы о способах образования данных существительных.

1) Страховать / застраховать (*что?*), изменять / изменить (*что?*), регулировать / урегулировать (*что? с кем?*), исключать / исключить (*что?*

из чего?), расторгать / расторгнуть (*что? с кем?*), заключать / заключить (*что? с кем?*), указывать / указать (*что? в чём? где?*), соответствовать (*чему?*), включать / включить (*что? во что? куда?*), предоставлять / предоставить (*что? кому?*), расторгать / расторгнуть (*что?*), вступать / вступить (*во что?*).

2) Устанавливать / установить (*что? с кем?*), оговаривать/ оговорить (*что? с кем?*), покупать / купить (*что? у кого?*), поставлять / поставить (*что? кому?*), просрочивать / просрочить (*что?*), отправлять / отправить (*что? кому?*), принимать / принять (*что?*), упаковывать / упаковать (*что?*), маркировать (*что?*), транспортировать (*что?*).

3) Договариваться / договориться (*с кем? о чём?*), оплачивать / оплатить (*что? кому?*), расходовать / израсходовать (*что? на что? с какой целью?*), отзывать / отозвать (*что?*).

Задание 5 **Образуйте словосочетания из данных ниже глаголов и существительных, которые используются в тексте контрактов (см. справку).**

Производить, осуществлять, устанавливать, организовывать, заключать, составлять, открыть, предоставлять, расторгать, фиксировать, лицензировать, маркировать, согласовывать, подписать.

Справка: оплата, поставка, погрузка, цена, стоимость, договор, соглашение, счёт, контракт, товар, услуга, право, полномочия, транспортировка, лицензирование, срок.

Задание 6 **Подберите к данным слева терминам определения, данные справа.**

1) Цена	выполнение обязательства (расчёт) путём передачи средств от должника к кредитору
2) Стоимость	экономическая категория, обозначающая количество денег, за которое продавец согласен продать, а покупатель готов купить единицу товара
3) Оплата	затраты, возникающие в процессе хозяйственной деятельности
4) Платёж	деньги в возмещение чего-нибудь
5) Расходы	количественные соотношения при эквивалентном обмене, купле-продаже

Задание 7 **Замените данные словосочетания синонимичными по образцу: цена (*чего?*) товара — цена (*за что?*) за товар — стоимость (*чего?*) товара.**

Цена одного барреля нефти, цена услуги, фиксированная цена поставки товара, низкая цена транспортировки, гибкая цена доставки, рыночная цена погрузки товара, биржевая цена одного килограмма мяса, рыночная цена российских автомобилей.

Запомните: цена *чего? за что?* — стоимость *чего?*

Задание 8 а) **Скажите, от каких глаголов образованы данные причастия.**

Именуемый, уполномоченный, указанный, являющийся, составленный, проданный, фиксированный, поставляемый, возобновляемый.

б) **Образуйте от данных глаголов все возможные формы причастий.**

Составлять, являться, включать, соответствовать, обеспечивать, подтверждать, требовать, содержать, обозначать.

Грамматика для бизнесменов

Замена причастных оборотов на придаточные предложения со словом *который*

Задание 9 **Трансформируйте конструкцию со словом *который* в причастный оборот. Обратите внимание на место причастного оборота.**

Модель:

Товар, который указали Покупатель и Продавец. — Товар, указанный Покупателем и Продавцом. — Указанный Покупателем и Продавцом товар.

1) Предприятие «Электрон» и организация «Электроторг», которые являются Покупателем и Продавцом.

2) Директор Новиков А. Г., который уполномочен заключать контракт.

3) Организация «Электрон», которая именуется в дальнейшем Покупатель.

4) Товар, который указан в п. 1.1 настоящего контракта.

5) Стоимость товара, который продан по настоящему договору.

6) Товар, который поставляется Покупателю.

7) Аккредитив, который возобновляется на счёте банка.
8) Настоящий контракт, который расторгнут Продавцом.
9) Предложение, которое является частью контракта.
10) Программа транспортировки, которая подлежит согласованию.
11) Технические условия, которые указывает поставщик.

Задание 10 **Выберите нужное слово, учитывая стиль деловой речи.**

1) Датой ... контракта считается дата, поставленная на документе и зафиксированная печатью.	а) начала действия б) вступления в силу
2) Договор заключается, с одной стороны, предприятием «Электрон» ... в дальнейшем Продавец.	а) именуемым б) называемым
3) Организация «Электрон» ..., с другой стороны, заключили контракт о поставке оборудования.	а) в лице своего представителя б) через своего представителя
4) ... контракт имеет юридическую силу и изменению не подлежит.	а) Данный б) Настоящий в) Этот
5) Настоящий договор заключён предприятием «Электрон», ..., и организацией «Электроторг», ...	а) с одной стороны, с другой стороны б) во-первых, во-вторых
6) Поставка товара, указанного в п. 1.1, ... в течение месяца.	а) осуществится б) произойдёт в) будет осуществлена
7) Качество товара должно соответствовать Техническим условиям, ... настоящего контракта.	а) которые являются б) являющиеся в) главным компонентом г) неотъемлемой частью
8) Цена товара, указанного в п. 1.1, ... 6 тысяч рублей за единицу.	а) равна б) составляет
9) Общая ... проданного по настоящему контракту товара составляет 18 тысяч рублей.	а) стоимость б) сумма

Задание 11 Соотнесите названия разделов контракта с фрагментами их содержания.

Цена	1) Фирма «Оптика», именуемая в дальнейшем Продавец, в лице своего уполномоченного г-на Морозова П. А., с одной стороны, и предприятие «Медимпорт», именуемое в дальнейшем Покупатель, в лице своего представителя г-на Ветрова А. П., с другой стороны, заключили настоящий контракт о нижеследующем.
Определение сторон	2) В случае если Покупатель отсрочит открытие аккредитива, Продавцу предоставляется право расторгнуть настоящий контракт.
Предмет контракта	3) В стоимость товара включается стоимость упаковки и маркировки товара.
Оплата	4) Продавец продал, а Покупатель купил в количестве 1000 единиц следующий товар.
	5) Поставка товара будет осуществлена в течение 30 дней.

Задание 12 Прочитайте и запомните термины, употребляемые в тексте контракта, и их определения.

Аккредитив — условное денежное обязательство банка, используемое в расчётах по внешнеторговым сделкам.

Цессии — особый вид договора (*при уступке права, требования*).

Полномочия — право, официально предоставленное кому-либо на совершение чего-либо.

Санкция — мера воздействия, важнейшее средство контроля, наказания.

Коносамент — документ, сопровождающий товар и содержащий условия договора морской перевозки груза.

Правовые последствия — нежелательные результаты, возникающие вследствие нарушения договора, соглашения.

Вступление в силу — начало действия закона, договора и т. п.

Гражданский кодекс — систематизированный сборник законов, определяющий а) права участников гражданского взаимодействия,

б) порядок осуществления права собственности, в) право на результаты интеллектуальной деятельности (интеллектуальной собственности).

Задание 13 **Продолжаем изучать разделы контракта купли-продажи. Выделите в них типичные слова и конструкции. Проверьте себя по справочным материалам в правой колонке.**

4. Упаковка и маркировка

4.1. Упаковка поставляемого товара должна соответствовать установленным стандартам (или техническим условиям) и гарантировать сохранение товара при транспортировке.
4.2. На каждой коробке должна быть нанесена следующая маркировка:
— наименование пункта назначения, адрес Покупателя;
— наименование и адрес Продавца;
— номер места;
— вес брутто;
— вес нетто.

Справка

упаковывать / упаковать *что?*
упаковка
гарантировать *что?*
гарантии
сохранять / сохранить *что? при каких условиях?*
сохранение при транспортировке
наносить / нанести *что? куда?*
пункт назначения
вес брутто
вес нетто

5. Права и обязанности

5.1. Продавец обязан:
а) предоставить товар Покупателю в срок, указанный в п. 1.2 настоящего контракта;
б) обеспечить за свой счёт упаковку товара, оговорённую в настоящем контракте;
в) уведомить Покупателя о времени, когда товар будет предоставлен в его распоряжение, не менее чем за 14 дней;
г) нести расходы по проверке качества товара;
д) заключить договор страхования на период его транспортировки;

Справка

оговаривать / оговорить *что?* уведомлять / уведомить *кого? в связи с чем?*
уведомление
распоряжаться / распорядиться *чем?*
распоряжение *по поводу чего?*
расходы по погрузке по проверке
страхование на период
с момента, когда риски

е) оплатить расходы по погрузке и разгрузке.
5.2. Покупатель обязан:
а) принять товар в месте и в срок, указанные в настоящем контракте;
б) оплатить стоимость товара в порядке, предусмотренном настоящим контрактом;
в) нести расходы и риски, которым может подвергаться товар с момента, когда он предоставлен Покупателю.

6. Санкции

6.1. Если Продавец не поставит товар в установленный в п. 1.2 настоящего контракта срок по причинам, за которые несёт ответственность, он платит Покупателю штраф.
6.2. Штраф начисляется начиная с первого дня по истечении установленного в п. 1.2 настоящего контракта срока, в размере 0,5% от стоимости товара за каждую неделю в течение первых четырёх недель и 1% — за каждую последующую неделю.
6.3. Штраф будет удерживаться с суммы, предназначенной для оплаты стоимости товара.

Справка

нести ответственность *за что?*
платить / оплатить *что?*
оплата штрафа
начисление штрафа
удерживать / удержать *что?*
удержание *чего?*
удержание штрафа
предназначать / предназначить *для чего?*
предназначение товара
по истечении срока
в размере *каком?*
в течение *чего?*

Задание 14 **Проверьте себя, как вы поняли новые статьи контракта.**

1) Как называются обязательные статьи, компоненты контракта? 2) Почему необходимо обговаривать в тексте контракта упаковку товара? 3) Должна ли упаковка товара соответствовать определённым критериям? 4) Из какой информации состоит маркировка? 5) Почему важно в статье «Права и обязанности сторон» оговорить поставку товара Покупателю в срок? 6) За что конкретно, согласно контракту, отвечает Продавец? 7) Почему он должен заранее, за 14 дней, предупредить Покупателя о поступлении товара? 8) Кто должен нести расходы по проверке качества? Почему? 9) Почему необходим при транспортировке товара

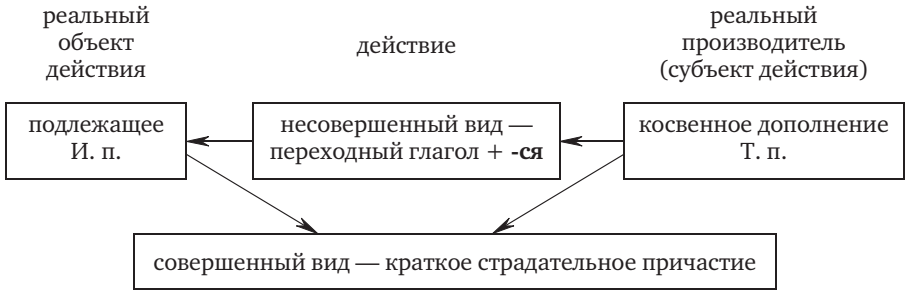
договор страхования? 10) Должен ли Продавец, согласно договору, оплатить расходы по погрузке и разгрузке товара? 11) Почему Покупатель обязан принимать товар в строго оговорённом месте? 12) Кто несёт расходы и риски с того момента, когда товар доставлен Покупателю? 13) В каком случае Продавец платит штраф Покупателю? 14) Из какой суммы начисляется штраф — из суммы Покупателя или Продавца? 15) Как устанавливается сумма штрафа? Она постоянна или меняется?

Грамматика для бизнесменов

Активные и пассивные конструкции

Активные конструкции

Пассивные конструкции



Сравните:

Активные конструкции (НСВ)	Пассивные конструкции (НСВ)
Русские **ценят** умение американцев или японцев улыбаться.	Умение улыбаться **ценится** русскими, но они сами не следуют примеру американцев, японцев.

Окончание табл.

Активные конструкции (НСВ)	Пассивные конструкции (НСВ)
Русские своеобразно **понимают** свободу: для них это не реализация политических прав, а возможность «быть самому себе хозяином».	Свобода **понимается** русскими своеобразно: для них это не реализация политических прав, а возможность «быть самому себе хозяином».
Европеец **считает** такие действия отсутствием «хороших манер», но в действительности — это иные традиции бытового поведения.	Такие действия **считаются** отсутствием «хороших манер», но в действительности — это иные традиции бытового поведения.

Задание 15 **Замените глаголы в пассивной форме (страдательный залог) на глаголы в активной форме (действительный залог). Назовите глаголы, от которых образованы пассивные формы.**

Используются, создаются, принимаются, готовятся, организуются, показываются, характеризуются, нарушаются, понимаются.

Задание 16 **Назовите глаголы, от которых образованы пассивные формы.**

Освобождён, куплены, открыт, принят, замечен, закрыто, найдены, установлены, устроен, исследована, оценена, выражен, поняты, расценён, не рекомендовано, заинтересованы.

Задание 17 **Замените пассивную конструкцию активной.**

1) Компания была основана в 1976 году.
2) Первый магазин этой компании был открыт 100 лет назад.
3) Компанией «Прима» был куплен основной пакет акций конкурентов.
4) Новый офис будет открыт в ближайшие сроки.
5) Переговоры будут закончены компаньонами в ближайшее время.
6) Договор будет подписан директорами фирм через неделю.
7) Ваши документы будут подготовлены секретарём завтра.
8) Товар будет отгружен нами послезавтра.
9) Вопрос может быть решён директором через месяц.
10) Компания будет зарегистрирована Информрегистром после проверки документов.

Задание 18 **Образуйте от глаголов из текста контракта краткие страдательные причастия. Образуйте словосочетания с существительными, данными в скобках, например: *подписать* (*контракт*) — *контракт подписан.***

Произвести (расчёт, оплату);
нанести (маркировку, адрес);
заключить (договор, сделку);
указать (адрес, вес брутто, место назначения);
уплатить (штраф, неустойку);
начислить (штраф, пени, *мн. ч.*);
удержать (штраф, проценты);
поставить (товар в пункт назначения);
осуществить (поставку, оплату);
включить (стоимость упаковки в цену товара);
зафиксировать (цену);
открыть (аккредитив, счёт);
расторгнуть (контракт, соглашение);
предоставить (документы в банк).

Задание 19 **Вставьте в предложения деепричастия, образованные от одного из данных в скобках глаголов.**

1) Штраф начисляется, (*начинать / начать*) с первого дня по истечении установленного срока.

2) Продавец обязан предоставить товар Покупателю в срок, (*уведомлять / уведомить*) об этом за 14 дней.

3) Продавец, (*отправлять / отправить*) товар, должен уведомить об этом Покупателя.

4) Продавец обязан обеспечить сохранность товара, (*заключать / заключить*) договор страхования.

5) Покупатель обязан принять товар, (*оплачивать / оплатить*) его стоимость в порядке, предусмотренном контрактом.

6) Не (*поставлять / поставить*) товар в установленный срок, Продавец платит Покупателю штраф.

7) Упаковка товара должна соответствовать стандартам, (*гарантировать*) сохранение товара.

Задание 20 **Обозначьте с помощью данных в скобках предлогов временные отношения.**

1) Поставка будет осуществлена (*в течение, с*) одного месяца. 2) Оплата стоимости поставленного товара будет произведена сразу (*до, после, в течение*) предоставления в банк необходимых документов.

3) Продавец обязан предоставить товар (*в, на, в течение*) срок, указанный в контракте. 4) Покупатель обязуется открыть (*после, в течение, с*) 14 дней безотзывный аккредитив. 5) Продавец обязан уведомить Покупателя о поставке товара не менее чем (*за, до, с*) 14 дней. 6) Покупатель обязан нести расходы и риски, которым может подвергаться товар (*с, до, после*) момента, когда он предоставлен Покупателю. 7) Штраф начисляется (*с, на, до*) первого дня (*по, в, до*) истечении установленного срока.

Задание 21 **Составьте высказывания, соединив по смыслу левую и правую части.**

Продавец продал, а Покупатель купил…	6 тысяч рублей за единицу.
Поставка товара будет осуществлена…	установленным стандартами техническим условиям.
Цена товара составляет…	в течение 14 дней после подписания настоящего контракта.
Покупатель обязуется открыть безотзывной аккредитив…	расходы по проверке количества товара.
В случае если Покупатель отсрочит открытие аккредитива…	продавцу предоставляется право расторгнуть настоящий контракт.
Упаковка поставляемого товара должна соответствовать…	следующий товар в количестве 250 единиц: мониторы.
Продавец обязан нести…	в месте и в срок, указанный в настоящем контракте.
Покупатель обязан принять товар…	в течение одного месяца.
Покупатель обязан нести расходы и риски…	стоимость упаковки и маркировки товара, расходы по его загрузке и разгрузке.
Оплата стоимости поставляемого товара…	которым подвергается товар с момента, когда он предоставлен Покупателю.
В стоимость товара включается…	будет производиться с аккредитива банка.

Задание 22 **Установите соответствия между терминами-аббревиатурами, которые называют виды условий поставок, и их описанием.**

Аббревиатуры

1) **ДАФ** (DAF — DELIVERED AT FRONTIER) — поставка до границы;
2) **Франко-завод;**
3) **ФОБ** (FOB — FREE AND BOARD) — франко-борт;

4) **СИФ** (CIF — COST, INSURANCE AND FREIGHT) — стоимость, страхование, фрахт.

Расшифровка аббревиатур

а) Термин означает, что Продавец выполнил поставку, когда товар в порту отгружен и размещён вдоль борта судна на причале. Продавец обязан оплатить расходы по доставке товара в порт. Риск и потери при повреждении товара переходят на Покупателя.

б) Термин означает, что Продавец выполнил поставку, когда он предоставил неразгруженный товар Покупателю в назначенном месте на границе до поступления товара на таможенную границу сопредельной страны.

в) Термин применяется при перевозке товара морским / речным транспортом, когда товар Покупателя перешёл через поручни судна. С этого момента расходы и риски по потере и повреждению товара несёт Покупатель.

г) Термин означает, что Продавец считает выполнившим свои обязанности по поставке, когда он предоставил товар в распоряжение Покупателя на своём предприятии или в другом месте (на заводе, фирме и др.). Продавец не отвечает за погрузку товара на транспортное средство.

Ключи: 1 — б, 2 — г, 3 — в, 4 — а.

Грамматика для бизнесменов

Выражение условных отношений

1. Для того чтобы обозначить **условие действия** в простом предложении, в деловой речи используются предлоги ***при*** + существительное в П. п., **в случае** + Р. п.: ***При просрочке*** *открытия Покупателем аккредитива Продавцу предоставляется право расторгнуть контракт.* — ***В случае отсрочки*** *открытия Покупателем аккредитива Продавцу предоставляется право расторгнуть контракт.*

2. Для того чтобы обозначить **условие действия** в сложном предложении, в деловой речи используются союзы ***если*** **(*если ..., то ...*)**, ***в случае если*****: *В случае если*** *Покупатель отсрочил открытие аккредитива, Продавцу предоставляется право расторгнуть контракт.*

3. Для того чтобы обозначить не реальные, а **возможные условия действия** (из-за отсутствия которых это действие не состоялось или не состоится), в устной деловой речи используется союз ***если бы***: ***Если бы*** *Покупатель открыл аккредитив в установленном порядке, Продавец не расторгнул бы контракт.*
Запомните: глагол употребляется в форме прошедшего времени. Частица ***бы*** ставится, как правило, после глагола.

Задание 23 **Составьте простые и сложные предложения, используя все способы выражения условия.**

1) Предоставлены не все документы — Покупатель имеет право расторгнуть контракт. 2) Обе стороны согласовали сроки поставки товара — Утверждаются новые сроки поставки товара. 3) Товар не соответствует по качеству пунктам контракта — Покупатель имеет право заявить санкции. 4) Поставка товара задерживается — Продавец обязан оплатить штраф в соответствии с условиями контракта. 5) Товар не соответствует условиям контракта — Продавец обязан устранить все дефекты или заменить дефектное оборудование новым. 6) Товар не поставлен в указанный контрактом срок — Штраф удерживается с суммы, предназначенной для оплаты стоимости товара. 7) Упаковка товара не соответствует техническим условиям контракта — Покупатель вправе заявить претензии.

Задание 24 **Составьте статьи контракта: а) упаковка и маркировка, б) права и обязанности сторон, в) санкции, если известно, что:**

а) Упаковка должна быть стандартной, соответствовать техническим условиям, сохраняться при транспортировке, иметь ряд необходимых обозначений.

б) Обязанности Продавца: передать товар в срок, сохранить упаковку, сообщить Покупателю время доставки товара, следить за качеством товара, его погрузкой и разгрузкой.

Обязанности Покупателя: получить товар, заплатить за него, отвечать за него в дальнейшем.

в) Продавец не поставил товар в срок; размер штрафа равен сначала 0,5% от стоимости товара за первые 4 недели, затем — по 1% за каждую последующую неделю; сумма штрафа не превышает 20% от стоимости товара; Покупатель при определённых условиях может отказаться от товара; штраф берётся из суммы, которая предназначена для оплаты стоимости товара.

Задание 25 **Фирма «Оптика» заключила договор в г. Москве с организацией «Медоборудование». Заполните статьи договора.**

Договор
на закупку оборудования
г._____«__»_____201_г.

Фирма _____ (наименование участника), в дальнейшем Поставщик, в лице _____ (должность, Ф. И. О.), с одной стороны, и организация _____ (наименование участника), в дальнейшем Покупатель, в лице _____ (должность, Ф. И. О.), с другой стороны, заключили договор о нижеследующем:

Статья 1

1.1. Общая цена поставляемого по настоящему договору оборудования, включая цену упаковки и маркировки, цену гарантийного обслуживания, составляет _____ (сумма прописью, в рублях).

Статья 2

2.1. Срок поставки _____.

2.2. Адрес грузополучателя _____.

Статья 3

3.1. На каждое грузовое место Поставщик составляет подробный упаковочный лист, в котором указывается:

_____
(перечень упакованных предметов)

_____
(количество)

_____
(модель)

_____
(номер договора)

_____
(адрес грузополучателя)

Деловое общение

Задание 26 **Вы (Продавец) готовитесь к обсуждению с партнёром (Покупателем) контракта. Спланируйте свой диалог с партнёром, опираясь на содержание статей контракта.**

Ситуация 1. Попросите партнёра подтвердить заключение договора (*Хотелось бы получить подтверждение о…*).

Ситуация 2. Уточните количество поставляемого товара и сроки поставки (*Давайте ещё раз обсудим…*; *Согласно будущему договору…*).

Ситуация 3. Напомните партнёру требования по количеству товара (*Можем ли мы быть уверены, что…*).

Ситуация 4. Сообщите ваши условия по цене единицы товара, его общей стоимости, которые не подлежат изменению (*Мы считаем, что…*).

Ситуация 5. Обсудите с партнёром вопрос об упаковке и маркировке товара (*Мы полагаем, что…*; *Мы надеемся на то, что…*).

Ситуация 6. Обратите внимание партнёра на сроки открытия аккредитива (*Позвольте Вам напомнить, что…*).

Ситуация 7. Подтвердите, что вы готовы предоставить в банк необходимые документы для своевременной оплаты партнёром стоимости товара (*Мы заверяем Вас в том, что…*).

Ситуация 8. Попросите партнёра подтвердить его согласие нести расходы и риски, когда ему будет предоставлен товар (*Мы надеемся, что у Вас нет возражений по поводу того, что…*).

Ситуация 9. Отрегулируйте с партнёром вопрос о санкциях в случае невыполнения ряда условий контракта (*Позвольте Вам напомнить, что…*).

Задание 27 **Составьте диалоги между партнёрами из 5—7 реплик по предложенным ниже темам. Пригласите ваших коллег принять в них участие.**

1. Предмет контракта, наименование товара, его количество, сроки поставки, соответствие качеству.

2. Цена единицы товара, общая стоимость товара, дополнительные расходы.

3. Способ и сроки оплаты, перечень необходимых для оплаты документов, возможные причины расторжения контракта.

4. Причины штрафных санкций, условия и сроки начисления штрафа.

Задание 28 **В деловом общении часто используются близкие по значению слова *условия, обстоятельства, обстановка, положение*. Выясните, опираясь на сочетания этих слов, какое из них обозначает:**

1) совокупность постоянных, длительных по времени факторов, при которых что-либо происходит;

2) временные факторы, сопровождающие определённые события;

3) моральные факторы, общую атмосферу;

4) указание на то, как обстоит дело с чем-нибудь.

Справка:

Исторические условия, условия жизни, в условиях экономического подъёма.

Затруднительные, непредвиденные обстоятельства, стечение обстоятельств, в подобных обстоятельствах, если позволят обстоятельства.

Деловая, напряжённая обстановка, обстановка доверия (недоверия), взаимопонимание, обстановка на работе, переменить обстановку.

Критическое положение, исправить положение, найти выход из положения, поставить кого-либо в затруднительное положение.

Задание 29 **В деловом общении русских бизнесменов используются различные жесты. Какие из перечисленных ниже жестов выражают:**

1) согласие
2) несогласие
3) одобрение
4) неодобрение
5) удовольствие
6) неудовольствие
7) благодарность
8) дружеское расположение
9) недоумение
10) отчаяние
11) незнание
12) бесполезность
13) угрозу
14) раздумье

Кивать головой, покачать головой, схватиться за голову, развести руками, прижать руку к груди, похлопать по плечу, пожать плечами, погрозить пальцем, сморщить нос, скривить губы, почесать затылок, махнуть рукой (на всё).

Этикет телефонного делового разговора

Контракт — один из основных документов, с которыми часто имеет дело бизнесмен. У каждого языка — английского, немецкого, французского, китайского — существуют свои формы написания контракта. Если вы поняли и научились читать контракт на русском языке и даже умеете его составлять, то вы — человек, который умеет преодолевать проблемы и трудности. Вы — успешный человек.

Урок 11

ИЗУЧАЕМ ЯЗЫК РЕКЛАМАЦИИ

Словарь делового человека

воздéрживаться / воздержáться *от чего?* (от комментариев)
возмещáть / возместúть *что?* (убытки)
закáз, *м. р.*
закáзывать / заказáть *что?* (дубликат документа)
клиéнт, *м. р.*
мéнеджер, *м. р.*
налúчие, *ср. р.*
отклонять / отклонúть *что?* (предложение)
отстáивать / отстоять *что?* (точку зрения) *кого? какую?* (директора, свою)
подрядá, *м. р.*
подрядчúк, *м. р.*
предъявлять / предъявúть *что? кому?* (претензию партнёру)
претéнзия, *ж. р.*
совершéнствовать / усовершéнствовать *что?* (договор)
содержáться *в чём? где?* (в документах)
убытóк, *м. р.*
успокáивать / успокóить *кого? что?* (партнёра, нервы)

Читаем текст, готовимся к беседе

Что такóе рекламáция? Самó слóво происхóдит из латúни и означáет *«неодобрéние, грóмкое возражéние»*. В деловóй бúзнес-сфéре э́то

претéнзия покупáтеля (т. е. закáзчика), предъявля́емая продавцу (т. е. поставщику́, подря́дчику) по пóводу ненадлежáщего кáчества вéщи. Но не тóлько кáчество слýжит основáнием для рекламáции. В ней мóжет содержáться трéбование об устранéнии недостáтков, снижéнии цены́, возмещéнии убы́тков. Рекламáция предъявля́ется в слýчае, если кáчество вéщи, товáра не соответствует а) услóвиям договóра, б) государственным стандáртам, в) техни́ческим услóвиям, образцáм.

Рекламáция представля́ет собóй пи́сьменный докумéнт. Однáко клиéнт, наряду́ с рекламáцией-письмóм, мóжет ýстно изложи́ть свои́ претéнзии мéнеджеру. При э́том клиéнт мóжет «попла́каться» мéнеджеру, а мóжет и «вы́пустить пар». И в пéрвом, и во второ́м слýчае мéнеджеру вáжно внимáтельно вы́слушать клиéнта, успокóить егó, приня́ть мéры к тóму, чтóбы реши́ть пробле́му. Иногдá бывáет необходи́мо отклони́ть завы́шенные трéбования клиéнта.

Прéжде чем приня́ть рекламáцию и вы́разить своё мнéние, мéнеджеру слéдует пóмнить: правá и обя́занности продавцá (поставщикá) и покупáтеля (клиéнта) оговáриваются закóном. Продавéц впрáве отстáивать свою́ тóчку зрéния и позúции фи́рмы, компáнии при услóвии, что учи́тываются все положéния, регламенти́рованные закóном.

Рекламáция — э́то хорошó и́ли плóхо? Считáется, что нали́чие рекламáции свидéтельствует о том, что компáния бýдет постоя́нно дýмать о совершéнствовании своéй дéятельности. Хýже, éсли недовóльный клиéнт не подаёт рекламáцию, а ухóдит к другóму поставщику́. При э́том он мóжет распространя́ть информáцию о недоработках, оши́бках компáнии. Извéстно, что такáя информáция рéзко снижáет авторитéт любóй би́знес-структýры. Поэ́тому вáжно быть внимáтельным к кáждому клиéнту, котóрый укáзывает на недостáтки в рабóте фи́рмы, компáнии.

Итáк, что даёт рекламáция продавцý и покупáтелю? Во-пéрвых, рекламáция — бесцéнный истóчник информáции по усовершéнствованию рабóты фи́рмы-продавцá. Во-вторы́х, рекламáция укáзывает слáбые зóны в произвóдстве товáров, ýслуг, слéдовательно, их лéгче контроли́ровать. В-трéтьих, клиéнт, котóрый изложи́л свои́ претéнзии и эмóции в рекламáции, чýвствует себя́ не посторóнним, не ли́шним, а знáчимым. Нéкоторым лю́дям это принóсит удовлетворéние. В-четвёртых, разрешéние пробле́мы рабóтает на и́мидж компáнии. Умéние признавáть свои́ оши́бки говори́т не о слáбости, а о си́ле фи́рмы, компáнии.

Рабóта с рекламáцией должнá быть споко́йной и конструкти́вной. Вести́ переговóры с клиéнтом слéдует так, чтóбы укрепи́ть с ним отношéния и сохрани́ть «лицó» компáнии. Éсли необходи́мо отказáть в рекламáции, нýжно дéлать э́то так, чтóбы сохрани́ть отношéния с клиéнтом и каналы сотрýдничества.

Как спланúровать стратéгию откáза от рекламáции? Глáвная задáча пи́сьменного откáза — побуди́ть клиéнта прочитáть откáз целико́м,

что́бы узна́ть все объекти́вные причи́ны отка́за и воздержа́ться от скоропали́тых вы́водов. Ме́неджер, реша́ющий да́нную пробле́му, до́лжен основа́тельно изучи́ть фа́кты и разрабо́тать ли́нию убежде́ния клие́нта.

В э́том слу́чае лу́чше вы́брать **нейтра́льное нача́ло**. Оно́ мо́жет содержа́ть части́чное согла́сие с клие́нтом (*Вы, безусло́вно, пра́вы, что ожида́ли обслу́живания / ка́чества высо́кого у́ровня*). Нача́ло не должно́ выража́ть неудово́льствие, намёк на отка́з. Оно́ должно́ быть объекти́вным, напи́санным в позити́вном ключе́. Сле́дует по́мнить, что слова́ *одна́ко, вме́сте с тем, всё же, тем не ме́нее* предупрежда́ют об отка́зе.

Да́лее необходи́мо объясни́ться в позити́вной мане́ре. В объясне́нии не рекоменду́ется подчёркивать негати́вное, употребля́ть словосочета́ния ти́па *поли́тика компа́нии* (э́то ука́зывает, что продаве́ц и покупа́тель нахо́дятся по ра́зные сто́роны). Из пра́вильно и конструкти́вно изло́женных причи́н логи́чно вытека́ет отка́з. Поэ́тому о́чень акценти́ровать на нём внима́ние не сле́дует. По́сле отка́за ва́жно сно́ва завоева́ть дове́рие клие́нта: вы́сказать альтернати́вное предложе́ние, поле́зное для клие́нта.

Цель заключе́ния — продемонстри́ровать клие́нту ваш интере́с к нему́ и жела́ние приложи́ть все уси́лия для разви́тия отноше́ний.

Задание 1 **Проверьте, правильно ли вы поняли текст, ответьте на вопросы.**

1) Что означает слово *рекламация*? Какое значение оно имеет в деловой сфере?

2) В каких случаях покупатель (клиент) может предъявить продавцу (поставщику) рекламацию?

3) В каких документах описываются основания для предъявления рекламации?

4) Какими бывают рекламации — только письменными, только устными, теми и другими?

5) Как может повести себя клиент при устном предъявлении претензий?

6) Каким должно быть при этом поведение менеджера?

7) Всегда ли нужно соглашаться с клиентом? Почему?

8) Почему менеджеру важно серьёзно изучить факты, послужившие основой для рекламации?

9) О чём свидетельствует факт предъявления рекламации: о ненадёжности продавца, о случайной его недоработке?

10) Может ли рекламация способствовать улучшению, усовершенствованию деятельности компании? Почему?

11) Правильно ли утверждение о том, что иногда рекламация работает на имидж компании?

Деловое общение

Задание 2 Выразите ту же мысль другими средствами и способом.

1) Рекламация — это обращение покупателя к продавцу в связи с плохим качеством товара. 2) Главное в рекламации — претензии по качеству. 3) Рекламации предъявляются тогда, когда существуют разногласия в цене, упаковке, транспортировке товара и его сохранности. 4) Требования к качеству товара, услуги описываются в стандартах, технических условиях. 5) Письменная рекламация может сопровождаться устной формой её предъявления. 6) Клиент предъявляет устно претензии сотруднику, отвечающему в компании за выполнение условий контракта. 7) Менеджер должен объективно отнестись к требованиям клиента. 8) Иногда претензии покупателя слишком высокие и не отвечают условиям договора. 9) Интересно мнение о том, что рекламация способствует улучшению работы фирмы, компании. 10) Положительный результат отсутствует, если клиент отказывается от партнёрства. 11) Рекламация даёт возможность администрации фирмы осуществлять контроль за деятельностью её отделов и служб. 12) Клиент, чьи претензии приняты к рассмотрению, может чувствовать себя причастным к улучшению деятельности фирмы. 13) Только уверенная в своём развитии компания готова объективно рассматривать претензии. 14) В работе с клиентом над претензиями важно сохранить авторитет фирмы. 15) В письменном отказе на рекламацию следует не выбирать прямой стратегии отказа. 16) Отказ должен быть таким по форме и содержанию, чтобы клиент был им удовлетворён.

Задание 3 Прочитайте текст письма-отказа. Выделите в нём структурные компоненты: начало, объяснение причин, вывод, перспективы. Оцените тональность письма и языковые средства достижения результата.

Уважаемый Игорь Павлович!

Вы, безусловно, правы в том, что ожидали обслуживания в соответствии с условиями договора.

В договоре на обслуживание указано, что оплачиваются все необходимые виды ремонта двигателя, пока машина проходит техосмотр каждые 6 месяцев. Если техосмотр не был пройден, договор прекращает своё действие. В этом случае клиент возмещает стоимость ремонта самостоятельно.

Ваше заявление на возмещение стоимости ремонта отклонено.

Как постоянному клиенту, Вам предоставляется скидка в 10% на ремонт двигателя. Ждём Вас на нашей станции в любое время.

С уважением, Андрей Федоренков,
начальник станции технического обслуживания автомобилей

Задание 4 **Замените в предложениях выражение действия действительным залогом на выражение действия страдательным залогом, например: *Мы отклонили Ваше предложение. — Ваше предложение нами отклонено.***

Обратите внимание!

В деловой коммуникации конструкции с действительным залогом считаются сильными, категоричными. Страдательный залог позволяет не акцентировать внимание на негативных моментах.

1) Мы указали в рекламации количество и наименование товаров, имеющих претензии по качеству.

2) Продавцу предоставляется право обосновать через своего представителя правомерность рекламации.

3) Вы, как Покупатель, не приняли товар в месте и в срок, указанный в совместном договоре.

4) В договоре на обслуживание мы указали, что оплачиваются все необходимые виды ремонта, если автомобиль проходит техосмотр каждые полгода.

5) Договор прекратил своё действие, так как Вы не прошли техосмотр.

6) Тем не менее мы предоставляем Вам большую скидку как нашему постоянному клиенту.

7) Вы не выполнили таможенные формальности.

От слова — к мысли

Задание 5 **Расположите данные ниже слова по степени нарастания признака. Аргументируйте свой выбор.**

Бесценный, хороший, отличный, прекрасный, неплохой, удовлетворительный, замечательный (предложение, решение).

Совершенствовать, изменять, улучшать, повышать качество, достигать наивысшего качества.

Завышенные, наивысшие, низкие, минимальные, высокие, максимальные, стандартные (требования, цены).

Задание 6 а) **Найдите синонимы среди перечисленных ниже слов.**

По поводу *чего?,* потерять *что?,* необдуманное (решение), ненужный, посторонний, обсуждать условия, авторитет, иметься, разрешить проблему, вместе *с чем?,* в отношении *чего?,* скороспелое (решение), лишний, устранить недостатки, недоработка, следовательно, быть (в наличии), позитивный в связи *с чем?,* лишиться *чего?*, оговорить условия, имидж, ликвидировать (недостатки), поэтому, найти решение, наряду *с чем?,* конструктивный, правильный, ошибка.

б) **Найдите антонимы среди перечисленных ниже слов.**

Предъявить иск; недостаток, совершенствоваться, сохранять условия, успокоить, заказчик, прибыль, содержаться *в чём?,* утратить, косвенные расходы, убыток, нарушать договор; достоинство, отозвать иск, ухудшаться, рассердить, продавец, отсутствовать *в чём? где?,* возместить, непосредственные (прямые) расходы.

в) **Определите значения однокоренных слов по ключевому слову.**

Целый — целиком, уцелеть, в целом, целостный.

Основа — основываться, основательный, обосновывать, основной, основатель, основоположник, основополагающий.

Лицо — налицо, наличные, наличествовать, лично, личный.

Правило — правильный, исправить, исправность (упаковки), исправление.

Задание 7 **Восстановите текст рекламации с помощью подходящих по смыслу слов и словосочетаний и в соответствии с логикой текста.**

1. Рекламация

При обнаружении _____ товара по качеству и количеству пунктам настоящего контракта рекламация _____ в следующих случаях:

1) Претензии в отношении количества.

В случае несоответствия количества поставленного товара количеству, _____ в упаковочном листе, при исправности упаковки, экспертиза _____ представителем организации товарных экспертиз данной местности или пограничной станцией Покупателя. Покупатель имеет право _____ претензии.

2) Претензии в отношении качества.

В случае несоответствия качества поставленного товара _____ настоящего контракта, экспертиза _____ представителем организации товарных экспертиз данной местности. Покупатель _____ предъявить претензии.

Рекламация должна быть _____ в письменном виде в течение 3 месяцев _____ доставки товара до места назначения.

Если после получения претензии Продавец не _____ ответа в течение 2 месяцев, то рекламация считается _____ Продавцом.

При возврате товара все непосредственные расходы и потери _____ Продавец.

2. Арбитраж

Все споры и разногласия, связанные с _____ условий контракта, должны быть _____, по возможности, с _____ переговоров. Если стороны не могут _____ согласия, то их претензии следует передать на _____ арбитражного органа.

Продавец освобождается от ответственности в _____ неисполнения или неподлежащего _____ сроков поставки товара по настоящему контракту, если это произошло в _____ действии обстоятельств непреодолимой силы. При этом Продавец обязан письменно уведомить Покупателя в том, что на исполнение обязательств по контракту непосредственно _____ форс-мажорного обстоятельства.

Задание 8 **Исправьте в тексте рекламации ошибки, выделенные курсивом.**

1) Рекламации *пишутся о* качестве товара в случае несоответствия его качеству, означенному в контракте.

2) Покупатель имеет *возможность написать* Продавцу рекламацию *после* двух месяцев с момента доставки товара.

3) В рекламации необходимо *написать* количество и *название* товаров, основание (причины) рекламации. Рекламация *приносится* Продавцу с приложением всех *полезных для этого* документов, подтверждающих обоснованность рекламации.

4) Продавцу *даётся* право *проверить* через своего *человека* обоснованность рекламации.

5) По истечении определённых *дней и месяцев* никакие рекламации *не берутся на рассмотрение.*

Задание 9 **Составьте краткие рекламации, используя следующие словосочетания.**

Предъявить рекламацию,
направить претензии,

товар не соответствует по качеству,
при приёмке товара было обнаружено,
товар оказался дефектным,
товар прибыл в повреждённом состоянии,
партия товара оказалась некомплектной,
обнаружен недогруз,
возвратить товар обратно,
обратиться в арбитражный суд.

Задание 10 **Прочитайте исковое заявление. Определите тему / проблему искового заявления. Дайте наименование иску. Ответьте на вопросы по тексту.**

Исковое заявление о _____

Согласно договору № 245 от 15 сентября 2009 г., ответчик поставил истцу мужские костюмы в количестве 500 штук на сумму 45 тысяч (сорок пять тысяч) рублей.

При приёмке товара по качеству установлено, что одежда не отвечает требованиям качества (устаревшая модель, низкого качества ткань, тусклая расцветка), что подтверждается актом № 465 от 17 сентября 2009 г., составленным с участием представителя фабрики-салона «Космос», действующего на основании удостоверения № 125/41 от 19 апреля 2006 г.

Заявленную нами претензию № 35 от 18 сентября 2009 г. ответчик отклонил по следующим мотивам: выбрана классическая модель мужских костюмов, сочетающаяся с тёмной цветовой гаммой ткани, ткань отвечает нормам и условиям договора.

Считаем отказ ответчика от удовлетворения претензий необоснованным. Стороны заключили договор, и по условиям договора фирма «Галант» должна поставлять качественный товар согласно спецификации.

На основании изложенного и руководствуясь п. 2 Положения о поставках продукции, просим взыскать с ответчика в пользу истца штраф в сумме 9 тыс. рублей.

Директор Торгового дома «Сударь»
Гавриил Попов

1) Как называются Продавец и Покупатель, если рекламация Продавцом отклонена, а Покупатель обратился в арбитражный суд?

2) О чём заявляет Покупатель?

3) Какие причины иска он указывает?

4) Насколько объективен и убедителен ответ Продавца, отклонившего иск?

5) Чем руководствуется истец, заявляя о взыскании штрафа?

Задание 11 **Поставьте глаголы в словосочетаниях в форму совершенного вида.**

Поставлять товар, принимать продукцию, отвечать заявителю, составлять акт, заявлять претензию, отклонять рекламацию, заключать договор, взыскивать штраф.

Задание 12 **Установите соответствия между терминами в правой колонке и их определениями, данными в левой колонке.**

1) Непреодолимая сила, а именно: наводнение, авария, военные действия, пожар	санкции
2) Разрешение спорных вопросов третейским судьёй, а также государственными органами	аккредитив
3) Мероприятия против стороны, нарушившей условия договора	сертификат
4) Обмен товара на товар без денежных расчётов	бартер
5) Документ-поручение одного банка другому оплатить товар из специально забронированных средств	форс-мажор
6) Специальное разрешение государства на ввоз, вывоз, транзит товаров	арбитраж
7) Письменное удостоверение	гарантия
	лицензия

Грамматика для бизнесменов

Выражение времени в простом и сложном предложениях

1. В зависимости от последовательности действий в русском языке, в том числе в деловой коммуникации, используются разные способы выражения времени.
2. Параллельные действия выражаются: а) в простом предложении с помощью предлогов ***при*** + П. п., ***в процессе*** + Р. п., ***в ходе*** + Р.п., ***во время*** + Р. п., ***в течение*** + Р. п.; б) в сложном предложении — с помощью союзов ***в течение времени когда***; ***когда***: *При поставке товара Продавец не имеет права менять условия транспортировки. —*

В течение времени когда поставляется товар, Продавец не имеет права менять условия транспортировки.

3. Если одно действие предшествует другому, то: а) в простом предложении используются предлоги ***до*** + Р. п., ***перед*** + Р. п.; б) в сложном предложении — союзы ***до того как, перед тем как, прежде чем как***: *Перед поставкой товара Продавец имеет право обсудить с клиентом условия транспортировки. — Перед тем как поставить товар Продавцу, Продавец имеет право обсудить с клиентом условия транспортировки.*

4. Если одно действие совершается вслед, после другого: а) в простом предложении используются предлоги ***после*** + Р. п., ***вслед за*** + Т. п.; б) в сложном предложении — союзы ***после того как, с тех пор как***: *После поставки товара Покупатель обязан оценить сохранность товара. — После того как товар поставлен, Покупатель обязан оценить сохранность товара.*

5. Для указания: а) на период и интервалы действия используются предлоги ***на*** + В. п. (как долго? — *на два месяца*), ***за*** + В. п. (как долго? — *за два месяца*); б) на начало действия — предлог ***с*** + Р. п. (с каких пор? — *с момента действия контракта*); в) на результат действия предлог ***до*** + Р. п. (до какого времени? — *до окончания действия договора*), ***по*** + Д. п. (когда? — *по истечении действия договора*).

Задание 13 **Замените сложные предложения на простые и наоборот, используя необходимые предлоги и союзы.**

1) При отгрузке товара все непосредственные расходы и потери несёт Продавец.

2) До заключения сделки партнёры оговорили все необходимые условия.

3) После того как транспортировка товара завершена, Покупатель осуществляет проверку его качества и соответствия надлежащим условиям.

4) Товары могут быть отправлены с таможни только после их переупаковки.

5) Оплата стоимости товара будет произведена после получения всех оговорённых контрактом документов.

6) До получения информации от должника руководство фирмы обсудило связанные с этим риски и потери.

7) Когда мы получим подтверждение Вашего банка о переводе суммы за заказ, мы немедленно его выполним.

8) После того как Покупатель предъявил претензии к упаковке товара, он может возвратить забракованный товар.

Задание 14 **Выберите нужный предлог для выражения временных отношений.**

1) В течение 24 часов (*до, после, с*) отгрузки товара Продавец должен сообщить об этом Покупателю.

2) Мы не сможем оплатить Ваш счёт (*перед, до, в течение*) получения разъяснения по возникшим спорам.

3) Просим предоставить нам кредит сроком (*за, на, до*) 1 год.

4) (*На, в течение, за*) последний год нами создан определённый рынок сбыта.

5) Если Ваш товар поступит (*до, в течение, после*) конца года, штрафные санкции будут отменены.

6) В Вашей рекламации (*на, за, от*) 18 сентября не указаны объективные причины претензий.

7) (*Прежде, после, до*) выяснения причин разногласий просим приостановить дальнейшие поставки.

8) Объём выпущенной (*во время, в, за*) текущий год продукции превысил плановые показатели.

9) Ваш иск (*за, до, от*) 18 сентября принят арбитражным судом.

10) Покупатель вправе предъявить иск об устранении дефекта (*за, в течение, в*) 30 дней.

11) Просим перенести срок поставок (*в, через, на*) конец следующего месяца.

Этикет делового общения

Задание 15 **Представьте, что вы менеджер торгового дома «Галант». Ваша организация получила некачественный, на ваш взгляд, товар, не отвечающий техническим условиям договора. Вы звоните Продавцу, поставившему бракованные мужские костюмы (фабрика-салон «Космос»). Организуйте телефонный разговор с партнёром, нарушившим обязательства, по следующей программе.**

1. Представьтесь.
2. Выразите сожаление, что у вас неприятное сообщение.
3. Отметьте, что доставка товара произведена по правилам.

4. Объясните имеющиеся претензии к товару, ссылаясь на статьи заключённого договора.

5. Выскажите желание вернуть товар.

6. Согласитесь с предложением партнёра в присутствии представителя обсудить проблемы Продавца.

7. Выразите надежду на оперативное решение проблемы с учётом претензий Заказчика.

8. Попрощайтесь.

Задание 16 **Организуйте диалог — деловую коммуникацию, если известно, что:**

1) в ваш офис поступили из интернет-магазина фирмы «М.видео» повреждённые холодильники;

2) вы встречаетесь с заказчиком интеллектуальных компьютерных игр, который не согласен с дизайном проекта, количеством игр в системе и т. д.;

3) на базу отдыха вашей компании доставили некоплектную мебель, которая пострадала также при доставке, разгрузке.

Это интересно!

Необычные ситуации, связанные с заключением договоров, страхованием, рекламациями, многие компании охотно используют в целях рекламы.

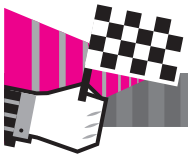
Британские туркомпании стали собирать необычные жалобы туристов. Уже появилась целая коллекция забавных претензий на отдых. Своеобразный рейтинг курьёзных рекламаций возглавил турист, который поехал в аквапарк, но не взял с собой плавки. Без них его не пустили в зону отдыха. В испорченной поездке мужчина обвинил турагента, который, по его словам, должен был предупредить об обязательности ношения в аквапарках плавок.

На втором месте хит-парада, составленного изданием, оказалась претензия от путешественников в Испанию. Они упрекнули туроператора в том, что в этой стране слишком много испанцев.

Необычные претензии предъявляют операторам также любители пляжных курортов. Одним не понравилось то, что песок на побе-

режье слишком белый. Других возмутило, что в море плавало слишком много рыб.

Шестую строчку занимает турист, который купил на заграничном курорте подделку. Один уличный продавец привлёк его очками Ray Ban всего за пять долларов. Вот турист и позарился на такую дешевизну. Позже выяснилось, что очки вовсе не фирменные. Тогда турист, ставший жертвой неосмотрительного шопинга, обвинил во всём своего туроператора, ведь из-за такой неудачи весь отдых пошёл насмарку.



Подведём итоги

Теперь вы знаете, что такое рекламация, нужно ли негативно воспринимать ситуации и факты предъявления вам претензий Заказчиком. В то же время рекламация — не повод, чтобы почивать на лаврах (быть счастливым). Главное — теперь вам понятны возможные причины претензий и вы будете внимательно контролировать проблемные зоны вашей фирмы. Выразите согласие / несогласие с этой информацией.

Урок 12

ВЕДЁМ ДЕЛОВУЮ ДОКУМЕНТАЦИЮ

Словарь делового человека

дове́ренность, *ж. р.*
докуме́нт, *м. р.*
документа́ция, *ж. р.*
должностно́е лицо́
запи́ска, *ж. р.* (служебная, докладная)
издава́ть / изда́ть *что?* (приказ)
инвентариза́ция, *ж. р.*
прика́з, *м. р.*
предпи́сывать / предписа́ть *что? кому?* (выполнение заказа предприятию)
предписа́ние, *ср. р.*
протоко́л, *м. р.*
распоряже́ние, *ср. р.*
регистри́ровать / зарегистри́ровать *кого? что? где?* (предприятие, в налоговой инспекции)
регистра́ция, *ж. р.*
резюме́, *ср. р.*

Читаем текст, готовимся к беседе

Деятельность учреждений в России отражается в разной документации. С её помощью осуществляется управление учреждением.

Несмотря на то что существует достаточно большое количество деловых бумаг, их можно объединить в три группы.

Первая группа — это **организационно-распорядительная документация**. Название говорит само за себя. Эти документы организуют деятельность учреждений и устанавливают порядок решения оперативных вопросов (**распоряжение**).

Вторая группа — **информационно-справочные документы**. Они содержат необходимую информацию, справочный материал, который служит основанием для создания документов первой группы — организационно-распорядительных.

Наконец, третья группа — это **документы личного характера**: о приёме сотрудников на работу, отпусках, поощрениях. Это также автобиографии, заявления, доверенности.

Представим всю совокупность документов в таблице.

Виды документов		
Организационно-распорядительные документы	**Информационно-справочные документы**	**Частные документы**
Закон Постановление Приказ Распоряжение Положение Устав Контракт	План работы Отчёт Акт Протокол Выписка из протокола Справка Служебная записка Деловые письма	Заявление Автобиография Характеристика Резюме Доверенность Расписка

Рассмотрим и проанализируем те документы, с которыми обязательно приходится иметь дело сотруднику или руководителю бизнес-учреждения.

Приказ — это правовой документ, издаваемый руководителем учреждения на принципах единоначалия. Приказ издаётся в целях решения основных оперативных задач конкретного учреждения.

Производственное объединение «Эколог»
Приказ № 395/в
от 02.06.2010 Москва
О МЕРОПРИЯТИЯХ ПО ПОДГОТОВКЕ К МЕЖДУНАРОДНОЙ ВЫСТАВКЕ-ЯРМАРКЕ «НАНОТЕХНОЛОГИИ — XXI ВЕК».

В соответствии с распоряжением Генерального директора компании «Агротехнологии» от 01.06.2010 № 251 «Об участии научных, производственных, торговых учреждений компании «Агротехнологии» в Международной выставке-ярмарке «Нанотехнологии — XXI век»,
ПРИКАЗЫВАЮ:

1. *Заместителю директора Дроздову Ф. А.* до 15.06.10 разработать детальный план подготовки к участию в Международной выставке с указанием лиц, ответственных за отдельные направления подготовки и сроки исполнения.

2. *Начальнику информационного отдела Дуке Н. И.* в срок до 15.06.10 организовать сбор необходимой информации о деятельности и достижениях Производственного объединения «Эколог», подготовить стендовые материалы для представления на выставке.

3. *Начальнику аналитического центра Черных Н. А.* в срок до 15.06.10 подготовить электронную презентацию о динамике развития учреждения.

4. *Начальнику производственного отдела Кулику Ю. Н.* в срок до 15.06.10 подготовить образцы новейшей продукции объединения, связанной с тематикой выставки.

5. *Пресс-секретарю Роговой Д. А.* в срок до 15.06.10 разработать дизайн-проект участия объединения в выставке-ярмарке, распространить пресс-релизы об инновационной деятельности объединения в профильные СМИ.

6. Контроль за исполнением приказа оставляю за собой.

Директор Подпись Зубов И. И.

Как мы видим, в приказе отражено его название, есть констатирующая часть, объясняющая, в связи с какой причиной издаётся приказ. Самая насыщенная информация — распорядительная часть, которая начинается со слова «ПРИКАЗЫВАЮ». В каждом пункте этой части указывается исполнитель, срок исполнения приказа. Предписываемое действие выражается в тексте приказа инфинитивом глагола: *разработать, осуществить сбор информации* и т. д.

Приказ вступает в силу с момента его подписания и регистрации, т. е. приказ получает регистрационный индекс.

Акт — это документ, составляемый группой лиц (комиссией) к подтверждающий установленные ими факты. Акт составляет должностное лицо при ревизиях, обследовании деятельности структуры, инвентаризации, при проверке финансово-хозяйственной деятельности. В акте указывается:

— краткое содержание факта, события;

— распоряжение, послужившее основанием для проверки и составления акта;

— выводы, заключение комиссии, предложения.

Министерство экономического развития РФ

УТВЕРЖДАЮ
Начальник фирмы
Подпись А. И. Круглов
05.07.2010

Курская оптово-торговая фирма
АКТ
02.07.2010 № 35
Курск
О ревизии кассы Курской оптово-торговой фирмы.
Основание: приказ начальника конторы от 01.07.2010 № 47 «О ревизиях кассы Курской оптово-торговой фирмы».
Составлен комиссией в составе:
Председатель — заместитель главного бухгалтера И. Н. Носов.
Члены комиссии: старший бухгалтер И. К. Умнов, бухгалтер Л. И. Воробьёв.
Присутствовали: главный бухгалтер Г. Н. Ковалёв, кассир Т. А. Федь.

В период с 01.07. по 03.07.2010 г. комиссия провела ревизию кассы Курской оптово-торговой фирмы по состоянию на 01.07.2010.
В ходе ревизии комиссия установила следующее:
1. Остаток наличных денег в кассе по состоянию на 01.07.2010 г. — 6 810 000 руб.
2. Фактический остаток наличных денег — 6 810 000 руб.
3. Недостачи наличных денег по вине кассира не обнаружено.
Акт составлен в 2 экземплярах.
1-й экземпляр направлен директору.
2-й — главному бухгалтеру.

Председатель — Подпись И. Н. Носов
Члены комиссии — Подпись И. К. Умнов
Подпись — Л. И. Воробьёв

Объяснительная записка — документ, который либо объясняет (поясняет) содержание основного документа (отчёта, плана и т. д.), либо объясняет причины нарушения трудовой дисциплины, невыполнения поручения.

Руководителю отдела продаж
Рождественскому А. В.
от менеджера Тимошенко К. К.

Объяснительная записка

В связи с острой формой гриппа я отсутствовал на переговорах с партнёрами из Вологды 2 октября 2009 г. Справка от врача прилагается.

____12.10.09 *Тимошенко*____

К частным деловым документам относится **заявление** — письменная просьба об отпуске, о приёме на работу и т. д. Как и во многих деловых документах, в заявлении используются клише:

1) для выражения просьбы: *прошу разрешить* (*что?*), *прошу вашего разрешения* (*на что?*);

2) для аргументации: *ввиду того, что* (*в связи с тем, что…, потому что, так как, учитывая то, что*).

Директору компании
«Дорстрой»
г-ну Рыбкину И. Ф.
от Зыковой Н. И., кандидата
экономических наук
Адрес проживания: г. Орёл,
ул. Тургенева 17, кв. 40

Заявление

Прошу принять меня на работу в должности эксперта в финансово-хозяйственный отдел с 25.08.2009 г.

20.08.2009 *Зыкова*

Доверенность — документ, с помощью которого одно лицо предоставляет другому лицу полномочия, чтобы осуществить какое-либо действие (чаще всего получить деньги, документы, книги и т. д. за кого-либо).

Доверенность

Я, Гусева Ирина Петровна, помощник управляющего отделом сбыта, доверяю секретарю руководителя АО «Престиж» Сорокиной Галине Ивановне получить мои документы в отделе кадров дирекции.

01.11.09 *Гусева*

Подпись Гусевой И. П. удостоверяю.

01.11.09 Управляющий отделом сбыта Рысин И. К.

Задание 1 **Проверьте, правильно ли вы поняли информацию. Ответьте на вопросы.**

1) Почему в деловой сфере используется большое количество разнообразных документов?

2) На какие группы их можно разделить?

3) Что такое организационно-распорядительные документы и какие конкретные их виды входят в эту группу?

4) Что такое приказ? Какие компоненты входят в его содержание?

5) Что такое информационно-справочные документы и каковы их разновидности?

6) На основании каких причин составляются акты?

7) Какие документы относятся к разряду частных?

8) Какова цель заявления, доверенности, автобиографии, резюме соискателя (на должность) и т. д.?

9) Все ли эти документы используются в вашей стране?

10) Охарактеризуйте наиболее важные из ваших национальных деловых бумаг.

Деловое общение

Задание 2 **Исправьте ошибки во фрагментах деловых документов. Объясните ваши исправления.**

1) Я прошу Вас устроить меня в компанию менеджером. (*Из текста заявления*)

2) Будучи больным, я не смог посетить переговоры. (*Из текста объяснительной записки*)

3) Хотелось бы доверить сотруднику отдела сбыта Сорокиной Г. И. получить в отделе кадров мои документы. (*Из текста доверенности*)

4) Я приказываю всем готовиться к проведению Международной выставки, особенно заместителю директора Дроздову Ф. А. (*Из текста приказа*)

5) Дроздов Ф. А. должен срочно разработать детальный план участия сотрудников Производственного объединения «Эколог» в Международной выставке. (*Из текста приказа*)

6) Пресс-секретарь Рогова Д. А. лично отвечает за разработку дизайн-проекта представления нашей организации на Международной выставке. (*Из текста приказа*)

7) Позвольте обратиться к вам с просьбой взять меня на работу в ваше уважаемое учреждение. (*Из текста заявления*)

Задание 3 **Ситуация: вы должны написать а) доверенность, б) объяснительную записку, в) акт, г) заявление. У вас возникли вопросы по оформлению делового документа. Узнайте нужную вам информацию у опытного коллеги с помощью уточняющих вопросов, предположений.**

— Я хотел бы уточнить...
— Вы советуете написать... Не так ли?
— Я вас правильно понял? Здесь нужно написать...
— Разрешите уточнить...
— Если я не ошибаюсь, то в тексте...

От слова — к мысли

Задание 4 **Объясните значения слов, опираясь на значения их компонентов.**

Единовластие (власть), единомыслие (мысль), единообразие (образ), единодушие (душа), единомышленник (мыслить), многовластие (власть), многодетный (дети), многозначный (значить), многолетний (лета / годы), многолюдный (люди), многообразный (образ), многословие (слово), многоточие (точка).

Задание 5 **Найдите пары синонимов среди перечисленных ниже слов и словосочетаний.**

Наличные (деньги), совокупность, издавать (приказ), предписывать, в целях *чего,* должностное лицо, официально предложить, напечатать (обнародовать) *для того чтобы,* регистрировать, инвентаризация, реально имеющиеся (деньги), соединение, занимающий должность (выполняющий обязанности), учитывать (отмечать для учёта), подробная опись (описывать) для всех предметов (в учреждении), доверенность, документ на право действовать от чьего-то имени.

Задание 6 **Компонент *авто-* имеет значения: 1) *автоматический,* 2) *автомобильный,* 3) *самодвижущийся,* 4) *свой, само.* Определите, какое из значений компонента реализуется в данных ниже словах.**

Автобиография, автограф (подпись), автобус, автобаза, автопилот, автопортрет, автореферат, авторучка, автомашина.

Задание 7 **Выразите значение словосочетаний одним словом, например: *вести спор — спорить.***

Производить оплату, осуществлять транспортировку, проводить контроль, проводить анализ, сделать предупреждение, дать информацию, сделать регистрацию, сделать предписание (распоряжение).

Грамматика для бизнесменов

Выражение причины в простом и сложном предложении

1. Кроме универсальных конструкций, выражающих причину с союзами ***потому что*** и ***так как***, в русском языке используются конструкции, выражающие благоприятную (позитивную) и нежелательную (негативную) причины в простом и сложном предложении.
2. Для выражения позитивной причины а) в простом предложении используется предлог ***благодаря*** *кому? чему?*; б) в сложном — союз ***благодаря тому что***: *Благодаря вашему участию мы представили нашу продукцию на международной выставке. — Благодаря тому что вы нам оказали содействие, мы представили нашу продукцию на международной выставке.*
3. Для выражения негативной причины а) в простом предложении используется предлог ***из-за*** *кого? чего?*; б) в сложном — союз ***из-за того что***: *Из-за ваших претензий мы не смогли представить нашу продукцию на международной выставке. — Из-за того что ваша фирма предъявила нам претензии, мы не смогли представить нашу продукцию на международной выставке.*
4. Если причиной действия являются внешние факторы, которые ведут к негативным изменениям: а) в простом предложении используются предлоги ***от, ввиду, в силу, по причине*** + Р. п.; б) в сложном — союз ***по причине того что, в силу того что, оттого что***: *Продукция не принята Покупателем по причине повреждения упаковки. — По причине того что упаковка была повреждена, Покупатель отказался принять товар.*
5. Если причина действия вытекает из самого действия, используется: а) в простом предложении предлог ***в результате*** + Р. п.; б) в сложном — союз ***в результате того что***: *В результате некомпетентности менеджера в тексте договора допущена серьёзная ошибка. — В результате того что с текстом договора работали некомпетентные сотрудники компании, в нём есть серьёзные недочёты.*

Задание 8 **Замените простые предложения сложными и наоборот, используя нужную по смыслу конструкцию выражения причины.**

1) Деловые документы правильно оформлены благодаря компетентности организаций-составителей.
2) Из-за нарушений в хранении воспламеняющихся предметов заведующему складом Сидоренко Н. П. объявляю выговор.
3) По причине аварийного состояния помещения № 35 обязываю произвести в нём ремонтные работы в срок до 15 ноября текущего года (*из распоряжения*).
4) Из-за того что работа рекламного отдела на выставке была плохо спланирована, продукция компании вызвала слабый интерес посетителей (*из протокола*).
5) В силу отсутствия совместных компьютерных разработок фирма «Алгоритм» не представила на презентации программы автоматизированного поиска информации.
6) Благодаря тому что нами создан аналитический отдел, мы владеем полной информацией о ситуации на рынке сырья.

благодаря
благодаря тому что
из-за
из-за того что
от
оттого что
по причине
по причине того что
в результате
в результате того что
в силу
в силу того что
ввиду
вследствие

Задание 9 **Ответьте на вопросы, используя данные справа слова и словосочетания, а также конструкции, выражающие причины.**

1) Почему отстранён от работы над проектом данный сотрудник?	отсутствие специальной подготовки
2) Почему этот человек рекомендуется в секретари-референты?	имеет опыт скоростного печатания, коммуникабельна
3) Почему в заявлении в правом верхнем углу следует указывать должность, фамилию, имя, отчество лица, кому пишется заявление?	сложившаяся традиция, лёгкость регистрации
4) Почему сотрудники лишены премии?	брак в работе
5) Почему арбитражный суд приостановил рассмотрение вопроса?	примирение участников спора
6) Почему фирма была вынуждена отказаться от этого предложения?	высокая цена, неконкретные условия поставок

Деловое общение

Задание 10 **Прочитайте официальное приглашение. Каким должен быть ваш ответ, если вы: а) приняли это соглашение, б) отказываетесь его принять?**

Приглашение

Просим представителя Вашего предприятия посетить нас в удобное для Вас время по предварительной договорённости, чтобы обсудить во-прос о возможностях заключения контракта на следующий год, а также проведение мероприятий по дальнейшему углублению и совершенствованию нашего сотрудничества.

Задание 11 **Составляем деловые документы.**

1) Составьте текст **приказа** о подготовке делегации вашей компании к участию в международном экономическом форуме «Экология и экономика».

2) Предложите проект **акта** проверки эффективности работы линии по производству обуви.

3) Составьте **докладную записку** на имя вышестоящего должностного лица, до сведения которого вы хотите довести результаты проверки вашей фирмы налоговой инспекцией. Используйте клише: *Довожу до вашего сведения, Прошу разрешить вынести благодарность* (*взыскание*) *сотрудникам*...

Задание 12 **Вы хотите устроиться в известную вам фирму в отдел закупок и подготовили резюме. Вам предстоит беседа с начальником отдела. Примите участие в собеседовании по следующей программе.**

1. Поздоровайтесь и представьтесь.

2. Покажите своё резюме, прокомментируйте его: ваше образование, предыдущее место работы, семейное положение, деловые и коммуникативные умения и навыки.

3. Расскажите об опыте работы в области закупок, покажите рекомендации с прежней работы.

4. Объясните, почему обратились в эту фирму, поинтересуйтесь: а) объёмом и режимом работы, б) особенностями коллектива сотрудников этого отдела, в) размером возможной зарплаты и льготами.

5. Примите решение (*Подумаю*; *Желаю, не раздумывая, работать* и т. д.) и скажите о нём собеседнику.

6. Попрощайтесь.

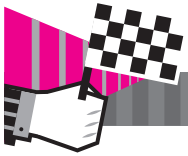
Это интересно!

Знаете ли вы, что 70% имиджа компании составляет деловая переписка. Деловой документ оказывает воздействие на людей, координирует деятельность сотрудников организации. Фирменные бланки, на которых вы пишете, стиль, язык, который вы используете, — это тоже способ заставить ваших партнёров думать о вас хорошо.

Психологами установлено, что мнение о получаемой информации на 70% зависит от формы и на 30% — от содержания.

Психологи говорят, что первое впечатление формируется в течение секунд, а живёт годами. Немало случаев, когда важные, интересные предложения отправлялись в мусорную корзину быстрее чем были прочитаны. Внешний вид письма составляют: бумага, на которой напечатано сообщение, соответствие стандартам оформления (реквизиты письма и их расположение), шрифт, расположение и размер текста.

Следует обратить внимание на способ структурирования информации: крупный или мелкий масштаб. Это два разных способа структурирования информации, один — «в общем, в целом», другой — «в деталях». Замечено, что люди, принимающие решения (топ-менеджеры), как правило, мыслят большими категориями. А исполнители выбирают меньший масштаб структурирования информации.



Подведём итоги

Вы с большим желанием изучали новый материал и достигли успехов. 1) Скажите, зачем деловому человеку знать, что такое *приказ, акт, протокол, заявление.* Может ли человек понять смысл делового документа, если не знает специфики, структуры, языковых свойств определённого докумета? 2) Вы работали над новыми словами. Запомнили ли вы существительные и глаголы, необходимые для деловой коммуникации? 3) В русском языке много способов выражения причины. Что нового вы узнали из этого раздела? Можете ли вы теперь точнее выразить причину: позитивную, негативную, внешнюю и др.? Станет ли вам понятнее смысл речи партнёров?

ТЕМА 5

КАК ПРАВИЛЬНО ВЕСТИ УСТНОЕ ДЕЛОВОЕ ОБЩЕНИЕ?

Урок 13

ГОТОВИМСЯ К ДЕЛОВОЙ БЕСЕДЕ, ДЕЛОВОМУ РАЗГОВОРУ

Словарь делового человека

компроми́сс, *м. р.*
усту́пка, *ж. р.*
отка́з, *м. р.*
уклоне́ние, *ср. р.*

вника́ть / вни́кнуть *во что?* (в детали)
наделя́ть / наде́лить *кого? какими качествами?* (партнёра качествами ответственности, организованности)

Читаем текст, готовимся к беседе

Жизнь делово́го челове́ка свя́зана с обще́нием. По да́нным америка́нского специали́ста Фрэ́нка Сне́лла, представи́тель делово́го ми́ра за день произно́сит до 30 ты́сяч слов. Без речево́го обще́ния невозмо́жны деловы́е конта́кты: перегово́ры, бесе́ды, выступле́ния на совеща́ниях и презента́циях.

Уча́ствуя в бесе́де, делово́й челове́к до́лжен уме́ть:

— ста́вить вопро́сы и конкре́тно отвеча́ть на них;

— владе́ть страте́гиями и та́ктиками обще́ния;

— вести́ делово́й разгово́р, аргументи́руя, убежда́я, достига́я согла́сия и реше́ний, анализи́руя конфли́кты и разреша́я их.

В делово́й бесе́де ка́ждый из её уча́стников до́лжен нау́читься ориенти́роваться на свои́ це́ли и це́ли партнёров. В зави́симости от э́того различа́ют сле́дующие страте́гии поведе́ния:

1) ***сотру́дничество,*** т. е. максима́льное достиже́ние це́лей взаимоде́йствия;

2) ***противоде́йствие***, т. е. ориента́ция лишь на свои́ це́ли, без учёта це́лей партнёра;

3) ***компроми́сс,*** т. е. промежу́точная, нере́дко временна́я ориента́ция на це́ли партнёров ра́ди сохране́ния отноше́ний;

4) ***усту́пка*** (*усту́пчивость*), т. е. отка́з от достиже́ния со́бственных це́лей и ориента́ция на це́ли партнёров;

5) ***избега́ние*** и́ли ***уклоне́ние*** от конта́ктов.

В делово́й бесе́де, делово́м разгово́ре ва́жно предусмотре́ть вопро́сы, рациона́льно организу́ющие бесе́ду: 1) цель её проведе́ния (*заче́м?*), 2) характери́стика уча́стников (*кто? с кем? для кого́?*), 3) регла́мент (*как до́лго?*), 4) коммуникати́вные сре́дства достиже́ния це́лей (*как? каки́м о́бразом?*), 5) организа́ция простра́нства (*где?*), 6) ожида́емый результа́т (*что конкре́тно?*).

Цель делово́й бесе́ды свя́зана обы́чно с обме́ном информа́цией, обме́ном мне́ниями по по́воду этой информа́ции. Уча́стников бесе́ды как ми́нимум дво́е. Регла́мент зави́сит от сте́пени ва́жности предме́та обсужде́ния и от возмо́жностей уча́стников бесе́ды в отноше́нии вре́мени. Коммуникати́вные сре́дства типи́чны для любо́й бесе́ды: обме́н ре́пликами, вопро́сами и отве́тами, мне́ниями и оце́нками.

Делово́й конта́кт мо́жет состоя́ть из сле́дующих компоне́нтов:

1) обме́н приве́тствиями;

2) введе́ние в те́му бесе́ды, описа́ние кру́га пробле́м для обсужде́ния ситуа́ции;

3) вопро́сы к уча́стникам, запро́с их мне́ния (уточне́ние мне́ния, про́сьба привести́ аргуме́нты, приме́ры);

4) обсужде́ние альтернати́вных мне́ний;

5) согласова́ние мне́ний;

6) подведе́ние ито́гов, приня́тие реше́ний и́ли плани́рование бу́дущих обсужде́ний и встреч.

Устано́влено, что пра́вильное проведе́ние деловы́х бесе́д внутри́ одно́й организа́ции с её сотру́дниками, а та́кже с партнёрами во вне́шней среде́ спосо́бствует повыше́нию производи́тельности труда́ на 20—30%. Не случа́йно не́которые зарубе́жные фи́рмы име́ют в своём шта́те специали́стов-бесе́дчиков, идеа́льно владе́ющих иску́сством делово́й бесе́ды.

Идеа́льная делова́я бесе́да стро́ится на пяти́ при́нципах.

Пе́рвый при́нцип — привле́чь внима́ние собесе́дника (нача́ло бесе́ды).

Второ́й при́нцип — заинтересова́ть собесе́дника в поле́зности бесе́ды (эта́п переда́чи информа́ции, описа́ния кру́га пробле́м и вариа́нтов их возмо́жного реше́ния).

Тре́тий при́нцип — убеди́ть партнёра согласи́ться с ва́шими иде́ями, предложе́ниями, так как их реализа́ция принесёт по́льзу де́лу (эта́п аргумента́ции).

Четвёртый при́нцип — вы́явить интере́сы и устрани́ть сомне́ния партнёра (эта́п выясне́ния, нейтрализа́ции замеча́ний).

Пя́тый при́нцип (основно́й) — преобразова́ть интере́сы партнёра в оконча́тельное реше́ние (эта́п приня́тия реше́ний).

Положи́тельный результа́т делово́й бесе́ды ча́сто зави́сит от уме́ния споко́йно вы́слушать собесе́дника, вни́кнуть в су́щность того́, что говори́тся. Э́тим уме́нием облада́ет не бо́лее 10% люде́й. Изве́стна исто́рия о том, как к Сокра́ту в Афи́ны прие́хал издалека́ молодо́й челове́к, горя́щий жела́нием овладе́ть иску́сством красноре́чия. Поговори́в с ним не́сколько мину́т, Сокра́т потре́бовал за обуче́ние его́ ора́торскому иску́сству двойну́ю пла́ту. Удивлённый учени́к за́дал вопро́с: «Почему́?» «Потому́, — отве́тил фило́соф, — что мне придётся обуча́ть тебя́ не то́лько говори́ть, но и тому́, как ну́жно молча́ть и слу́шать».

Уме́ние слу́шать испо́льзуется в делово́м обще́нии немно́го ча́ще, чем уме́ние чита́ть и писа́ть: слу́шание занима́ет 40% рабо́чего вре́мени делово́го челове́ка, говоре́ние — 35%, чте́ние — 16%, письмо́ — 9%. Одна́ко не вся́кое слу́шание в делово́й бесе́де эффекти́вно. Так, **ве́жливое слу́шание** нацелено на соблюде́ние све́тских пра́вил, когда говоря́щего не слу́шают, а лишь ждут свое́й о́череди заговори́ть, мы́сленно репети́руя свои́ выска́зывания. **Наступа́тельное слу́шание** — э́то попы́тка пойма́ть говоря́щего в лову́шку, сбить с то́лку с по́мощью его́ со́бственных слов. **Оборони́тельное слу́шание** осно́вывается на предположе́нии, что бесе́да не мо́жет быть результати́вной, в ней искажа́ются фа́кты. При **эмпати́ческом слу́шании** собесе́дника бо́льше интересу́ет не факти́ческая сторона́ де́ла, а чу́вства, скры́тые в слова́х. Наконе́ц, **акти́вное (эффекти́вное) слу́шание** предполага́ет таку́ю организа́цию бесе́ды, когда́ её уча́стники совме́стно выясня́ют пробле́му, уточня́ют своё понима́ние. Уме́ние слу́шать помога́ет сни́зить эмоциона́льное напряже́ние, ощути́ть надёжность партнёра, интере́с к мне́нию друго́го, развива́ет уве́ренность в целесообра́зности бесе́ды.

Эффекти́вность слу́шания во вре́мя бесе́ды зави́сит от мно́гих фа́кторов:

1) **отключе́ние внима́ния** от основно́го предме́та разгово́ра. Одна́ из причи́н состои́т в том, что мы ду́маем в 4 ра́за быстре́е, чем говори́м. Поэ́тому, когда́ собесе́дник говори́т, мозг слу́шающего бо́льшую часть вре́мени свобо́ден и отвлека́ется от ре́чи говоря́щего;

2) **избира́тельность внима́ния.** Слу́шающий мо́жет запо́мнить определённое коли́чество фа́ктов, поэ́тому нельзя́ стро́ить бесе́ду на большо́м коли́честве «го́лых» фа́ктов, без аргумента́ции, коммента́рия их су́ти. Сле́дует та́кже уделя́ть внима́ние ра́зным объе́ктам восприя́тия: слова́м, ми́мике, же́стам, по́зе, интона́ции;

3) **потре́бность ре́плики**, т. е. жела́ние отве́тить, переби́ть, отвлека́ет от слу́шания; кри́тика вызыва́ет отрица́тельные эмо́ции, утра́ту внима́ния;

4) **антипа́тия к чужи́м мы́слям.**

Идеа́льный слу́шатель — челове́к, уме́ющий воспринима́ть но́вые иде́и, уме́ющий слу́шать се́рдцем и сопережива́ть, уме́ющий отказа́ться сле́по «сле́довать за толпо́й», скло́нный к крити́ческой прове́рке со́бственных зна́ний и пози́ций.

Задание 1 **Проверьте себя, правильно ли вы поняли текст. Ответьте на вопросы по тексту.**

1) Без каких форм делового общения невозможно развивать бизнес, находить новых партнёров?

2) Почему оптимальная стратегия поведения в деловой беседе — сотрудничество?

3) Какие из пяти́ базовых компонентов структуры деловой беседы связаны с введением партнёров в тему обсуждения?

4) Как достигается реализация одного из принципов деловой беседы — привлечение внимания собеседников?

5) С помощью каких коммуникативных средств и какой информации можно объяснить, что намеченная беседа должна стать полезной?

6) Почему важно выявлять интересы партнёра и устранять его сомнения?

7) Почему окончательное решение по беседе следует связать с интересами партнёров, а не только своей фирмы?

8) Почему умение слушать считается одним из методов общения?

9) Все ли люди обладают умением слушать?

10) Как в процентном отношении выражается важность слушания по отношению к другим видам речи?

11) Почему вежливое слушание не считается эффективным?

12) Какие цели — негативные или позитивные — имеет наступательное слушание?

13) Является ли результативным оборонительное слушание? Почему?

14) Что имеется в виду, когда говорят об эффективном, активном слушании?

15) Почему при эффективном слушании внимание может снижаться? Свидетельствует ли это об утрате интереса к обсуждаемой проблеме?

16) Почему утрачивается внимание при возникновении желания возразить, изменить ход беседы?

Задание 2 **Согласны ли вы со следующими утверждениями? Аргументируйте свою точку зрения.**

1) В уроках для политических деятелей есть такое правило: «Вспомнить имя избирателя — это государственная мудрость. Забыть его — значит обречь себя на забвение». Имеет ли такое же значение в деловой бе-

седе способность запоминать и использовать имена участников встречи, людей, уважаемых в деловых кругах?

2) Древние китайцы владели одной мудростью. Сейчас она звучала бы так: «Человек без улыбки на лице не должен открывать магазин». Связано ли умение улыбаться с умением управлять своим поведением в ходе деловой беседы?

3) Хорошим ораторам большинство людей предпочитают хороших слушателей.

4) Умение слушать встречается гораздо реже, чем любое другое качество.

5) Практика считается лучшим учителем. Имеет ли это высказывание отношение к деловой беседе?

6) Вольтер утверждает, что «секрет быть скучным состоит в том, чтобы рассказывать всё». Должны ли в деловой беседе существовать границы объёма информации?

7) Разумно ли строить деловую беседу с использованием метода утвердительных ответов: вначале задавать воросы, на которые собеседник, скорее всего, ответит утвердительно, далее следить за тем, чтобы разговор шёл по пути «накопления согласия»?

8) Согласны ли вы с мнением К. Дейвиса о том, что впечатление о человеке формируется в первые 4 минуты общения с ним? В этот промежуток активно работают все органы чувств, с помощью которых создаётся целостное представление о собеседнике.

Деловое общение

Задание 3 **Опираясь на материал текста, выразите данные ниже высказывания иными средствами.**

1) Для достижения результата в бизнесе деловой человек должен уметь общаться с партнёрами.

2) Деловая беседа предполагает умение аргументировать, убеждать в правильности определённой позиции, соглашаться с мнением партнёра, анализировать причины несогласия и достигать положительных решений.

3) В деловой беседе важно учитывать не только свои интересы, но и интересы собеседников.

4) Стремление найти общий путь в решении делового вопроса есть путь сотрудничества.

5) Если каждый из общающихся понимает важность только своих целей, это ведёт к противодействию.

6) Тактики деловой беседы иногда бывают связаны с временной ориентацией на цели партнёра, иногда — с отказом от собственных целей.

7) Дело будет стоять на месте, если стороны не идут на обсуждение проблемы.

8) При подготовке беседы следует поставить перед собой ряд вопросов — *зачем? кто? с кем? как долго? каким образом? где? что конкретно должно получиться?* — и заранее ответить на них.

9) Чтобы деловая беседа имела результат, следует соблюдать ряд правил её проведения: привлечь внимание партнёров, заинтересовать их и убедить в необходимости определённого решения вопроса, нейтрализовать критику, учесть в окончательном решении интересы собеседников-парнёров.

10) Ключевой приём делового общения — умение слушать.

Задание 4 **Расположите в правильной последовательности этапы подготовки деловой беседы. Аргументируйте свой выбор.**

Подготовка необходимых документов и аналитических материалов.
Определение желаемого результата.
Отработка хода беседы.
Установление регламента.
Определение предмета обсуждения.
Приглашение партнёров к участию в беседе.
Определение стратегий и тактик беседы.
Установление места проведения.
Выявление круга вопросов для постановки их перед партнёрами.

Этикет телефонного делового разговора

Задание 5 **Прочитайте и обсудите текст «Деловая беседа по телефону».**

Деловая беседа по телефону представляет собой самый быстрый деловой контакт и особое умение. Владение беседой по телефону рассматривается как неотъемлемая часть современного образования «белых воротничков».

Подсчитано, что каждый разговор по телефону длится в среднем от 3 до 5 минут. В этой связи требуется умение не только вести короткий разговор, но и мгновенно перестраиваться, мобильно реагируя на разных партнёров и разные темы.

Попробуем составить план короткого трёхминутного телефонного разговора:

— взаимное представление — 20 + 5 секунд;
— введение собеседника в курс дела — 40 + 5 секунд;
— обсуждение ситуации, проблемы — 100 + 5 секунд;
— заключение — 20 + 5 секунд.

Эти позиции могут стать планом телефонного разговора. При необходимости записать информацию разговора следует иметь блокнот для записей.

Рекомендации для ведения делового разговора по телефону могут быть следующими.

Следует	Не следует
1) Поднять трубку до четырёх звонков телефона	1) Долго не поднимать трубку
2) Сказать *«Добрый день, вас слушают»,* либо представиться, назвать свой отдел	2) Говорить *«Привет!», «Да»,* когда начинается разговор
3) Спросить: *«Чем я могу вам помочь?»*	3) Спрашивать: *«Разве я не смогу вам помочь?»*
4) Сконцентрироваться на разговоре и внимательно слушать	4) Вести две беседы сразу
5) Предложить перезвонить, если для уточнения деталей нужно время	5) Оставлять телефон во время поиска информации для звонящего
6) Использовать бланки для записей телефонных разговоров	6) Использовать случайные листы для записи информации
7) Записать номер звонящего и перезвонить ему	7) Передавать трубку разным сотрудникам для уточнения вопроса
8) Записать информацию и пообещать перезвонить в случае необходимости	8) Отказывать в разговоре: *«Все обедают», «Никого нет»* и т. д.

Владение культурой делового разговора означает следующее:
1) вы готовитесь к деловому телефонному разговору, добиваясь его краткости, ясности, логичности;
2) перед ответственным телефонным разговором делаете нужные записи;
3) если предстоит долгий разговор, спрашиваете у собеседника, располагает ли он достаточным временем; если нет, разговор переносится на другой согласованный день и час;
4) соединившись по телефону с нужным учреждением, лицом, представляетесь и представляете своё учреждение;
5) извиняетесь, если набрали по ошибке другой номер;
6) если вам позвонили по ошибке, вежливо отвечаете: *«Вы ошиблись номером»*;
7) не следует выражать по телефону негативных эмоций;
8) следует поддерживать продолжительный монолог собеседника короткими репликами;
9) завершая деловой разговор, необходимо поблагодарить собеседника, пожелать ему успеха.

Задание 6 **Согласитесь с данными ниже высказываниями или опровергните их.**

1) Сняв трубку, следует представиться.
2) Говорить следует чётко и громко, чтобы не скрывать разговор от других сотрудников.
3) Следует узнать, есть ли у собеседника время на разговор.
4) Следует настроиться на положительный тон.
5) Стараться не перебивать собеседника возражениями.
6) Держать паузы.
7) Интонацией показывать ваше неудовольствие.
8) Терпеливо пояснять сказанное, непонятное.
9) Прямо выяснять: *«С кем я разговариваю?», «Что вам нужно?»*.
10) В случае высказывания жалобы, рекламации отвечать, что это не ваша ошибка либо что вы этим не занимаетесь.

Задание 7 **Прокомментируйте следующие высказывания и их современную роль, в частности, при ведении делового разговора по телефону.**

1) Краткость — сестра таланта. (А. Чехов)
2) Слово не воробей, вылетит — не поймаешь. (Пословица)
3) Я написал длинное письмо, потому что у меня не было времени написать короткое. (Б. Паскаль)

4) Хочешь быть умным, научись разумно спрашивать, внимательно слушать, спокойно отвечать и переставать говорить, когда нечего больше сказать. (И. Лафатер)

От слова — к мысли

Задание 8 а) **Образуйте новые слова с помощью компонента *противо-*. Объясните их значение.**

Действие, действовать, естественный, законный, поставить, ракетный, стоять, показания (показать).

б) **Установите значения слов с помощью словообразовательного анализа.**

Противник, противиться, противоположный, противопоставление, противоречие, противоречить, противоядие.

Задание 9 **Образуйте глаголы от данных существительных.**

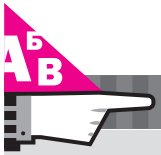
Аргумент, убеждение, рекомендация, уступка, отказ, достижение, избежание, уклонение, репетиция, наступление, оборона, ожидание, неожиданность, избрание.

Задание 10 **Установите соответствие между устойчивыми выражениями и их значениями. Составьте с данными устойчивыми сочетаниями фразы, характеризующие процесс деловой беседы.**

сводить / свести *что-л.* на нет	испытывать сильное чувство
сбивать / сбить *кого-л.* с толку	выбрать для себя *какую-л.* (обычно тяжёлую) миссию, участь
поймать *кого-л.* в ловушку	поставить *кого-л.* в неприятное, безвыходное положение
гореть желанием *что делать?*	направить по ложному пути, запутать, усложнить решение проблемы
утратить значение	утратить значение
обрекать / обречь себя на *что-л.*	

Задание 11 **Прочитайте фразеологизмы (устойчивые выражения), установите их значения, подумайте, какие ситуации в деловой беседе можно оценить с помощью этих фразеологизмов.**

Водить *кого-л.* за нос, идти (плыть) против течения, время летит, ходить вокруг да около, плыть по течению, ни себе ни людям.



Грамматика для бизнесменов

Характеристика объекта, понятия, явления

В русском языке для характеристики объекта, понятия, явления используются конструкции.

что	представляет собой характерно свойственно присуще	*что?* *для чего?* *чему?*

Задание 12 **Используя эти конструкции, дайте определение *деловой беседы, оборонительного слушания, приёма сотрудничества в деловой беседе, идеального партнёра-слушателя, делового разговора по телефону.***

Выражения уступки в простом и сложном предложении

1. В простом предложении значение уступки выражается с помощью предлогов ***несмотря на*** *что,* ***независимо*** *от чего,* ***вопреки*** *чему: Вопреки трудным обстоятельствам я встретился с партнёрами по бизнесу.*
2. В сложном предложении значение уступки выражается с помощью союзов: ***несмотря на то, что..., независимо от того, как..., вопреки тому, что...***: *Вопреки тому, что в назначенный для деловой беседы день открывалась большая международная выставка, мы встретились с нашими новыми партнёрами по бизнесу.*
3. В неофициальной деловой (устной) речи можно использовать союзы: ***хотя..., но; пусть..., но; сколько ни..., но; как ни..., но***: *Как ни интересен наш разговор, нам пора ехать на выставку* (*Хотя наш разговор интересен, но нам пора ехать на выставку*).

Задание 13 **Выразите уступительные отношения всеми возможными способами, заменив простые предложения на сложные, и наоборот.**

1) Независимо от срока прибытия товара датой его поставки считается дата штемпеля (печати) пограничной станции страны Покупателя.

2) Хотя в газете «Деловой мир» я увидел рекламу ряда фирм, ваша информация привлекла моё внимание.

3) Как ни высока цена на нашу продукцию, но она отличного качества и никогда не вызывает нареканий.

4) Несмотря на требования вышестоящей организации, новый директор не решил вопроса по набору персонала.

5) Вопреки высказанному мнению я считаю, что данный вопрос надо тщательно проработать.

6) Хотя фирма «Новая заря» была создана 5 лет назад как общество с ограниченной ответственностью, она стала сразу расширяться и в настоящее время является самостоятельной фирмой-производителем.

Деловое общение

Задание 14 **Прослушайте фрагмент деловой беседы партнёров по бизнесу и выполните задания на выбор правильного ответа.**

— Добрый день. Мы договорились о встрече. Моя фамилия Флинг.

— Да-да, господин Флинг. Проходите, садитесь. Мы ждём вас.

— Я с удовольствием познакомился с вашей новой продукцией. У меня хорошее впечатление.

— Благодарим вас за добрые слова. Мы действительно много делаем для того, чтобы не отставать от европейского рынка, и постоянно учитываем пожелания наших партнёров, покупателей.

— Не могу с этим не согласиться. Продукция вашего предприятия не один раз представлялась на выставке. Мне интересно было наблюдать, как меняется качество вашей мебели для ванн, её дизайн, цветовая гамма. У вас появились новые модели кабин для душа.

— Да, если вы обратили внимание, они изготовлены из нового материала — цветного акрила.

— Думаю, что мягкая гамма, надёжный материал привлечёт покупателей.

— Спасибо. Ваша оценка, господин Флинг, нам приятна. Безусловно, мы надеемся, что вы станете заказчиком наших новых моделей.

— Признаться, их стоимость довольно высока. Из-за этого мы пока сомневаемся.

— Ну, г-н Флинг, мы же старые партнёры и — добавлю — добрые товарищи. Договоримся о снижении базовой цены. Однако для нас также важны некоторые моменты. К примеру, объём вашего заказа...

— Г-н Никонов, моя фирма работает с большими заказами. Вы это знаете.

— Замечательно. Есть предложение обговорить детали контракта сразу после закрытия выставки. Не возражаете?

— Думаю, это целесообразно — не откладывать дела в долгий ящик.

— Ну вот и хорошо. Рад встрече и беседе.

— До свидания. Как говорят русские, до *скорого* свидания.

1) Между кем происходила деловая беседа?	а) финансовыми партнёрами б) изготовителем и покупателем в) директором выставки и посетителем г) менеджерами фирм
2) Что было целью встречи?	а) знакомство б) подписание контракта в) организация выставки г) обсуждение перспектив
3) Что стало главной темой разговора?	а) качество продукции б) цена товара в) дальнейшее партнёрство г) детали контракта
4) Какую оценку продукции даёт г-н Флинг?	а) критическую б) удовлетворительную в) уклоняется от прямой оценки г) признаёт высокое качество
5) Какой аспект беспокоит покупателя?	а) объём заказа б) задержка подписания контракта в) снижение стоимости г) личностные качества продавца
6) К какому согласию пришли участники деловой беседы?	а) встретиться после закрытия выставки б) отложить дело в долгий ящик в) обменяться намерениями о цене товара г) изменить цветовое решение продукции

7) Какой характер имела деловая беседа?	а) конфронтации б) уклонения в) уступки г) компромисса
8) Какие компоненты отсутствовали в деловой беседе?	а) обмен приветствиями б) вопросы к партнёру в) обсуждение альтернатив г) планирование будущих встреч
9) Какой из принципов идеальной деловой беседы был продемонстрирован в наибольшей степени?	а) 1-й — привлечение внимания собеседника б) 5-й — преобразование интересов партнёра в решение в) 2-й — заинтересованность в теме беседы г) 3-й — убеждение партнёра согласиться с мнением собеседника
10) Как вели себя собеседники (по отношению друг к другу)?	а) перебивали друг друга б) строили беседу на голых фактах в) искажали факты г) проявляли интерес к мнению другого

Задание 15 **Спланируйте деловую беседу и примите в ней участие, опираясь на информацию урока.**

Ситуация 1. Встреча президента компании «Далян» г-жи Чао Нинкин с директором российской фирмы «Грант» Игорем Козловским.

Ситуация 2. Сотрудничество в области поставки мягкой мебели из Китая и атрибутов интерьера гостиных.

Задание 16 **Вы позвонили вашему партнёру. Его нет на месте во время вашего звонка. Запишите своё сообщение на автоответчик, опираясь на примерную программу.**

1. Представьтесь.
2. Назовите дату и время вашего звонка.
3. Сформулируйте цель вашего звонка.
4. Оставьте вашу просьбу.
5. Оставьте номер телефона для связи.
6. Завершите разговор.

Этикет делового общения

Как выразить согласие, несогласие, просьбу, неопределённый ответ, отказ

Для выражения согласия, несогласия, просьбы, неопределённого ответа, отказа можно использовать следующие выражения:

— С удовольствием (согласие с выражением удовольствия);

— Да, действительно. Ах да, правильно. Конечно! Совершенно верно! Да, я думаю. Обязательно. Я согласен. Ну что ж! (согласие с подтверждением);

— Вы не возражаете? (вопрос, выявляющий согласие собеседника);

— Нет, что вы! (ответ, подтверждающий согласие).

Выражение просьбы должно быть вежливым, деликатным, но без излишнего заискивания:

— Сделайте одолжение...

— Если вам не трудно (если вас это не затруднит)...

— Будьте любезны...

— Не могу ли попросить вас...

— Очень вас прошу...

В цивилизованном обществе хорошо разработанный этикет предлагает большой выбор речевых формул, которые в любой ситуации помогают адресанту (отправителю) оставаться вежливым, заботящимся о сохранении чувства собственного достоинства получателя в любой ситуации. Целый ряд ситуаций, таких, например, как ситуации отказа, задержки положительного решения несогласия предполагает использование в начале ключевой фразы, слов, выражающих сожаление. Формулировка отказа в выполнении просьбы может быть следующей:

— (Я) не могу (не в силах, не в состоянии) помочь (разрешить, оказать содействие).

— В настоящее время это (сделать) невозможно.

— Поймите, сейчас нам трудно давать гарантии.

— Простите, но мы (я) не можем выполнить вашу просьбу.

— Я вынужден взвесить за и против.

— К сожалению, мы не можем согласиться на ваши условия.

— К сожалению, проблемы с ... не позволяют нам воспользоваться вашим предложением в ближайшее время.

— С сожалением вынуждены сообщить о сложности принятия этого решения.

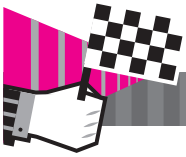
Это интересно!

Выражения, которых следует избегать

Я не знаю. — Такой ответ подрывает доверие к вам и вашей фирме. Лучше попросить разрешения подождать и уточнить необходимую информацию, например: «Разрешите, я уточню это для вас».

Мы не сможем этого сделать. — Из-за такой фразы вы можете потерять клиента или партнёра. Попытайтесь найти возможное решение проблемы собеседника. Думайте о том, что можно в этой ситуации сделать, а не о том, чего нельзя.

Нет. — «Нет» в начале предложения не способствует конструктивному решению проблемы. Используйте приёмы, не позволяющие клиенту или партнёру ответить «нет», например: *«Мы не в состоянии выплатить вам компенсацию, но готовы предложить дополнительную услугу. Это вас устроит, не так ли?»*



Подведём итоги

Вы познакомились с тем, как организовать и провести деловую беседу, в том числе по телефону. Поделитесь с коллегами: какие формы и методы ведения деловой беседы вы предпочитаете?

Являетесь ли вы идеальным деловым собеседником или нет? В чём это выражается?

Какие деловые беседы предпочитаете: короткие или обстоятельные, беседы-согласия или беседы-споры? Сколько вашего рабочего времени уходит на разговоры по телефону?

Оказывает ли влияние национальная принадлежность ваших партнёров на ход деловой беседы?

Мы надеемся, что урок помог вам стать более внимательным, интересным, компетентным собеседником.

Урок 14

ОРГАНИЗУЕМ И ПРОВОДИМ ДЕЛОВЫЕ ПЕРЕГОВОРЫ

Словарь делового человека

административно-командная система, *ж. р.*
затягивание, *ср. р.*
пакет предложений, *м. р.*
прецедент, *м. р.*
сбой, *м. р.*
убытки, *мн. ч.*
уловка, *ж. р.*

Читаем текст, готовимся к беседе

Для того́ что́бы вести́ перегово́ры, необходи́мо знать, что они́ собо́й представля́ют.

Перегово́ры — э́то вид совме́стной с партнёром де́ятельности, напра́вленной на реше́ние пробле́мы. Перегово́ры всегда́ предполага́ют не ме́нее двух уча́стников, интере́сы кото́рых части́чно совпада́ют, а части́чно — расхо́дятся. Перегово́ры — факт повседне́вной делово́й жи́зни, основно́е сре́дство получи́ть от други́х люде́й то, что вы хоти́те. К перегово́рам прибега́ют тогда́, когда́ реши́ть пробле́му в односторо́ннем поря́дке невозмо́жно ли́бо э́то свя́зано с больши́ми затра́тами.

Вести́ перегово́ры нелегко́. Мно́гие ви́дят две возмо́жности веде́ния перегово́ров: быть мя́гким, пода́тливым и́ли жёстким. Есть ещё и сре́дний подхо́д — э́то попы́тка тако́й сде́лки, когда́ челове́к стреми́тся дости́чь жела́емого и ла́дить с партнёрами. Пози́ция веду́щего в этих перегово́рах (они называ́ются принципиа́льными) — исходи́ть из су́ти вопро́са, а не торгова́ться по по́воду того́, на что не мо́жет пойти́ одна́ из сторо́н.

Перегово́ры мо́гут выполня́ть ра́зные фу́нкции. Е́сли сто́роны заинтересо́ваны в обме́не то́чками зре́ния, но не гото́вы к совме́стным реше́ниям, де́йствиям, то фу́нкция таки́х перегово́ров **информацио́нная**. Их нере́дко называ́ют **предперегово́рами**. К числу́ други́х фу́нкций отно́сятся: регули́рование, координа́ция де́йствий, контро́ль.

Са́мыми дре́вними перегово́рами счита́ются **торго́вые**. Одна́ко первонача́льно под успе́шной торго́вой сде́лкой понима́лось уме́ние об-

ману́ть, «наду́ть» партнёра. Вызыва́л уваже́ние тот, кто уме́л изба́виться от плохо́го това́ра, получи́в при э́том изря́дную су́мму де́нег. Сейча́с успе́шными счита́ются перегово́ры, в хо́де ко́торых принима́ются взаимовы́годные реше́ния.

В проце́ссе перегово́ров мо́жно вы́делить три основны́е ста́дии: 1) подгото́вку, 2) проце́сс веде́ния, 3) ана́лиз результа́тов и выполне́ние дости́гнутых договорённостей.

Исхо́дный пункт подгото́вки перегово́ров — ***определе́ние це́ли***: «Чего́ хо́чет дости́чь на́ша организа́ция наилу́чшим о́бразом?» Ошиба́ется тот, кто в ка́честве це́ли перегово́ров ста́вит безогово́рочное приня́тие свое́й то́чки зре́ния.

Втора́я ступе́нь практи́ческого ме́неджмента при подгото́вке перегово́ров — **планирование**. Ины́ми слова́ми, э́то по́иск лу́чшего пути́ и его́ обстоя́тельное изуче́ние: изуче́ние фина́нсовых, материа́льных ресу́рсов — со́бственных и партнёра. Э́то та́кже отве́т на ряд вопро́сов: нет ли правовы́х противопоказа́ний? Есть ли прецеде́нты? Каки́е возмо́жны после́дствия? По всем э́тим пу́нктам к нача́лу перегово́ров должна́ быть я́сность.

Хорошо́ подгото́вленным к перегово́рам ока́зывается тот, кто заду́мался над вопро́сами:

- Наско́лько цель партнёров отлича́ется от ва́шей?
- Наско́лько пути́, кото́рые мо́жет вы́брать партнёр, отлича́ются от ва́ших?
- На что бу́дет опира́ться партнёр и вы (сро́ки, сре́дства, лю́ди)?
- Располага́ете ли вы пропорциона́льной с партнёром информа́цией?

И т. д.

Уже́ на ста́дии подгото́вки перегово́ров происхо́дит установле́ние рабо́чих отноше́ний с партнёром. Сто́роны мо́гут обсужда́ть пове́стку дня и процеду́рные вопро́сы, потому́ что чи́сто техни́ческие сбо́и мо́гут негати́вно сказа́ться на хо́де перегово́ров.

Проце́сс перегово́ров мо́жно разби́ть на не́сколько эта́пов: 1) взаи́мное уточне́ние интере́сов, то́чек зре́ния, конце́пций и пози́ций уча́стников; 2) их обсужде́ние, выдвиже́ние аргуме́нтов в подде́ржку свои́х взгля́дов, их обоснова́ние; 3) согласова́ние пози́ций и приня́тие реше́ний. Несоблюде́ние тако́й после́довательности мо́жет привести́ к значи́тельному затя́гиванию перегово́ров.

На ход перегово́ров влия́ет спо́соб представле́ния партнёрами свои́х пози́ций:

- откры́тые пози́ции;
- закры́тые пози́ции;
- подчёркивание о́бщности в пози́циях;
- подчёркивание разли́чий в пози́циях.

Подчёркивание о́бщности и откры́тая пози́ция — свиде́тельство мя́гкого, корпорати́вного поведе́ния, а подчёркивание разли́чий и закры́тые пози́ции — приме́р жёсткого, конкуре́нтного ти́па веде́ния перегово́ров. Ситуа́ция подска́зывает, каку́ю сле́дует вы́брать страте́гию.

Заверше́ние перегово́ров. Ча́сто на ана́лиз перегово́ров не остаётся вре́мени, хотя́ сле́дует рассмотре́ть, как бы́ли дости́гнуты те и́ли ины́е результа́ты: 1) что, каки́е де́йствия спосо́бствовали успе́ху перегово́ров; 2) каки́е возника́ли тру́дности, как они́ преодолева́лись; 3) что не́ было учтено́ при подгото́вке к перегово́рам, почему́; 4) каки́е неожи́данности возни́кли в хо́де перегово́ров; 5) как вели́ себя́ на перегово́рах партнёры.

В отли́чие от зарубе́жных бизнесме́нов, кото́рые с ю́ности овладева́ют перегово́рным проце́ссом (без чего́ невозмо́жен би́знес), для росси́йских предпринима́телей э́то соверше́нно но́вая о́бласть де́ятельности. Отсю́да и соответствующее отноше́ние к перегово́рам. В одни́х слу́чаях — э́то расте́рянность, в други́х — на́ши предпринима́тели прибега́ют к ме́тодам администрати́вно-кома́ндной систе́мы. В результа́те перегово́ры «не идут», партнёры те́рпят убы́тки.

Гото́вых реце́птов в э́том вопро́се нет. Лу́чше всего́ стро́ить перегово́ры так, что́бы совме́стно анализи́ровать пробле́мы. В слу́чае е́сли партнёр достига́ет свои́х интере́сов, со́бственные интере́сы реализу́ются полне́е. Тако́й подхо́д называ́ется **партнёрским**. Делово́й мир ориенти́руется сейча́с всё бо́льше на партнёрские отноше́ния.

Одна́ко в реа́льной пра́ктике перегово́ров нере́дки ра́зного ро́да уло́вки. Э́ти приёмы необходи́мо знать и нейтрализова́ть.

Приём-уло́вка **максима́льного завыше́ния нача́льного у́ровня** заключа́ется в том, что оди́н из партнёров стреми́тся как мо́жно до́льше отста́ивать свою́ кра́йнюю пози́цию.

Приём-уло́вка **расстано́вка ло́жных акце́нтов в со́бственной пози́ции** означа́ет внесе́ние непри́емлемых для партнёра предложе́ний. Одна́ из сторо́н демонстри́рует при э́том большу́ю, кра́йнюю заинтересо́ванность в реше́нии определённого вопро́са. На са́мом де́ле э́тот вопро́с мо́жет оказа́ться второстепе́нным.

Приём **выдвиже́ния тре́бований в после́днюю мину́ту** рассчи́тан на то, что заинтересо́ванный в определённом реше́нии партнёр пойдёт на усту́пки при объявле́нии но́вых тре́бований.

Приёмы **постано́вка партнёра в безвы́ходную ситуа́цию** и **ультимати́вные тре́бования** свя́заны с давле́нием на партнёра: ли́бо вы соглаша́етесь с на́шим предложе́нием, ли́бо мы ухо́дим с перегово́ров.

Выдвиже́ние нараста́ющих тре́бований (приём саля́ми) испо́льзуется тогда́, когда́ оди́н из партнёров соглаша́ется с неожи́данным предложе́нием, но при э́том выдвига́ются други́е — всё но́вые и но́вые.

Наряду́ с приёмами, кото́рые затрудня́ют веде́ние перегово́ров, испо́льзуются та́ктики, их облегча́ющие. Э́то постепе́нное повыше́ние сло́жности обсужда́емых вопро́сов, т. е. снача́ла обсужда́ются вопро́сы,

кото́рые позволя́ют дости́чь договорённостей, что де́лает перегово́ры продукти́вными. Э́то по́иск о́бщей зо́ны реше́ний, т. е. обсужде́ние тех вопро́сов и дета́лей, кото́рые взаимовы́годны для сторо́н. Поле́зно раздели́ть пробле́му на составля́ющие, на элеме́нты. Зате́м обсужда́ть поэлеме́нтно вопро́сы и выноси́ть за ско́бки те пробле́мы, где согла́сие невозмо́жно, т. е. не обсужда́ть заве́домо спо́рные вопро́сы.

Интере́сен **приём пакети́рования**, когда́ вопро́сы обсужда́ются не отде́льно, а в систе́ме, в ви́де паке́та, ко́мплекса. Возмо́жность положи́тельно реши́ть часть вопро́сов паке́та мо́жет влия́ть на позити́вное отноше́ние к други́м, спо́рным вопро́сам.

Результати́вному разви́тию перегово́ров помога́ют **апелля́ция к аргуме́нтам, апелля́ция к длительны́м истори́ческим отноше́ниям партнёров, апелля́ция к бу́дущим отноше́ниям.**

Д. Ка́рнеги счита́ет, что са́мое ва́жное — уме́ть слу́шать собесе́дника, внима́тельно относи́ться к нему́, подде́рживать его́ свое́й заинтересо́ванностью.

Задание 1 **Проверьте себя, правильно ли вы поняли текст. Ответьте на вопросы.**

1) Что такое переговоры?
2) Какова стандартная цель переговоров?
3) Какие имеются подходы к ведению переговоров?
4) Что такое информационная функция переговоров?
5) Какие ключевые функции могут реализовываться в ходе переговоров?
6) Какие стадии можно выделить в переговорах?
7) Какой ключевой момент характеризует стадию предпереговоров?
8) Как лучше планировать переговоры?
9) Какие вопросы стороны могут обсуждать на стадии подготовки переговоров?
10) Из каких этапов состоит процесс переговоров?
11) Что происходит на стадии завершения переговоров?
12) Почему поведение российских бизнесменов на переговорах характеризуется применением административно-командных методов?
13) Что такое партнёрский подход к переговорам?
14) Какие трудности возникают в ходе переговоров? С какими приёмами-уловками одной из сторон они связаны?
15) В чём главная цель приёма-уловки *максимального завышения начального уровня?*
16) Что такое *расстановка ложных акцентов в собственной позиции?*
17) Какие цели преследует уловка *выдвижение требований в последнюю минуту?*
18) Какие приёмы направлены на сотрудничество в ходе переговоров?

Задание 2 **Найдите в тексте предложения, которые выражают ту же мысль другими словами.**

1) Переговоры представляют собой путь сотрудничества партнёров по бизнесу.

2) Утверждают, что для ведения переговоров можно выбрать один из путей: уступку, конфронтацию, разумную гибкость (разумный эгоизм).

3) Информационными считаются переговоры, в процессе которых стороны лишь обмениваются мнениями по конкретным вопросам.

4) Целью переговоров могут стать: регулирование сложных вопросов, обсуждение возникших обстоятельств, согласование действий, отчёт о выполнении соглашений, обязательств.

5) Торговая сделка признавалась удачной, если один торговец мог продать за большие деньги не очень качественный товар, т. е. мог обмануть покупателя.

6) Сейчас путь обмана не считается удачным, так как ценятся длительные и надёжные контакты между партнёрами.

7) На этапе предпереговоров взвешиваются финансовые, правовые, организационные вопросы будущих решений.

8) При планировании переговоров нужно хорошо изучить не только свои перспективы, но и цели партнёров.

9) Нередко обмен мнениями по организации переговоров, т. е. по процедуре их проведения, начинается задолго до самих переговоров.

10) О том, что стороны готовы к сотрудничеству, свидетельствуют открытые позиции в переговорах и стремление подчеркнуть общие в них проблемы и пути их решения.

11) На переговорах могут возникать трудности из-за неправильно выбранных стратегий, тактик, методов нечестной борьбы за свои интересы — *уловок*.

12) Среди приёмов, которые ведут к успешным результатам, можно отметить постепенное усложнение проблемы в ходе её обсуждения, обсуждение проблемы по частям, с учётом в начале тех моментов, по которым можно достичь согласия, и т. д.

Деловое общение

Задание 3 **Дайте свои суждения по поводу высказываний, имеющих отношение к деловым переговорам.**

1) Дай мне то, что хочу я, и ты получишь то, что хочешь ты. (А. Смит)

2) Если переговоры происходят на вашей территории, то дома и стены помогают.

3) Когда человек не знает, куда он держит путь, для него ни один ветер не будет попутным. (Сенека)

4) Лучшим символом здравого смысла для меня всегда был мост. (Ф. Рузвельт)

5) Самым трудным в строительстве моста считается начало. (Р. Бенгли)

6) Нетерпеливые часто дорого платят за то, что терпеливым достаётся бесплатно. (Французская пословица)

Задание 4 **Выберите способ решения коммуникативных задач в случае их ориентации а) на конфликт, б) на согласие в переговорах.**

1) Возражение: *«Вы меня неправильно понимаете».*

2) Внимательное слушание: *«Из ваших аргументов стало ясно…»*

3) Игнорирование: *«Вы теоретик, но не практик…»*

4) Настаивание на своём: *«Мы по-прежнему считаем…»*

5) Ирония: *«За вами трудно уследить… У вас семь пятниц на неделе…»*

6) Аргументация: *«Позвольте напомнить о ваших гарантиях, которые даёт позитивное решение проблемы».*

7) Убеждение: *«Мы давно с вами выбрали позицию толерантного изучения…»*

8) Постановка вопросов: *«Надеемся, вы не против, если…?»*

Задание 5 **Прочитайте практические советы по ведению переговоров. Выберите из них целесообразные для вас. Аргументируйте свой выбор.**

1) Вы должны быть подготовлены к переговорам.

2) Решите, какую тактическую позицию за столом вам лучше занять: сесть рядом, напротив, по диагонали.

3) Регулярно проверяйте мнение противоположной стороны с помощью вопросов.

4) Внимательно слушайте партнёра, демонстрируя, если необходимо, свою реакцию.

5) Излагайте информацию кратко, но ясно.

6) Заранее разработайте альтернативные решения и способы убеждения партнёра.

7) Заранее подготовьте документ о результатах переговоров, протокол о намерениях.

8) Спокойно реагируйте на критику в адрес ваших предложений: *Спасибо, мы обдумаем это предложение…*

9) Ищите позитивное во мнении партнёра, поворачивая оценку его высказываний на пользу дела: *Ваше предложение — неплохое решение проблемы, вместе с тем…*

Задание 6 **Опираясь на материал текста и собственный опыт, заполните левую колонку таблицы. Соотнесите её содержание с информацией правой колонки.**

Мягкий подход в ведении переговоров	Жёсткий подход в ведении переговоров
	участники — противники
	цель — победа любой ценой
	требовать уступок
	жёсткий курс в общении с партнёрами
	не доверять собеседникам
	твёрдо придерживаться своей позиции
	искать решение, на которое пойдёте вы
	применять давление

Задание 7 **Выберите реплики, с помощью которых вы хотите на переговорах: а) сообщить информацию, б) дать её оценку, в) высказать аргументы, г) высказать несогласие, д) запросить информацию, аргументы.**

1) Как вы хотите добиться этого?
2) Мы оцениваем эту ситуацию следующим образом...
3) Ваши аргументы убедительны.
4) Позвольте изложить вам наши предложения и пути их решения...
5) Считаем преждевременной такую точку зрения.
6) Разрешите уточнить вашу позицию.
7) Предлагаю согласиться с таким решением проблемы.
8) Не нужно тянуть одеяло только на себя.
9) Не принимаю ваших возражений, я ясно изложил позицию моей компании.
10) Это сотрудничество взаимовыгодно.
11) Что вы имеете в виду?
12) Это позволит продвинуть вперёд решение проблемы.

Задание 8 **Выберите тактики реагирования в переговорах и выскажите ваши намерения, если вам нужно:**

1) дать понять, что эти условия выгодны для вашей компании и не требуют обсуждения;
2) вежливо попросить договорить до конца;
3) объяснить ваши ключевые позиции в данном вопросе;
4) получить время на то, чтобы оценить новое предложение партнёра;
5) настойчиво попросить партнёра предоставить, описать гарантии;
6) охарактеризовать проблему как взаимовыгодную;
7) запросить мнение партнёра;
8) уйти от прямого ответа на вопросы партнёра;
9) указать на завышенные требования партнёра;
10) ускорить темп переговоров;
11) подвести промежуточные итоги и перейти к обсуждению следующей проблемы.

От слова — к мысли

Задание 9 а) **Среди перечисленных ниже слов найдите синонимы.**

Равный, изрядная сумма, обмануть, согласие с партнёром, жёсткий путь, главный, одинаковый, расходиться во взглядах, ключевой, безоговорочный, ультиматум, кооперативный приём обмана, пропорциональный, надуть (*разг.*), конкурентный путь, большая сумма, первостепенный, прецедент, иметь разные точки зрения, не требующий обсуждений, твёрдое представление собственных позиций, партнёрский, отстаивание, случай, уловка, уступка;

б) **Среди перечисленных слов найдите антонимы.**

Первостепенный, мягкий, результативный, продуктивный, успех, гибкость, правдивый, различный, предстоящий, растерянность, жёсткий, второстепенный, безрезультатный, сбой, жёсткость (прямолинейность), ложный, одинаковый, бывший, собранность.

Задание 10 **Объясните значение слов в группах, опираясь на выделенное ключевое слово.**

Позиция — оппозиция, позиционирование, оппозиционный.

Конкурент — конкурентность, конкурировать, конкурентоспособность, бесконкурентный, конкурирующий, конкуренция.

Сказать — подсказать, подсказка, подсказанный.

Оговорить (обсудить) — оговориться, оговорка, безоговорочный.

Видеть — свидетельство, свидетель, свидетельствовать.

Задание 11 **Образуйте словосочетания, продолжив ряды слов. При необходимости обращайтесь к тексту урока.**

Гибкий — аргумент, позиция, ..., ...

Мягкий — поведение, точка зрения, ..., ...

Безоговорочный — решение, мнение, ..., ...

Продуктивный — путь, сотрудничество, ..., ...

Изрядный — расходы, количество, ..., ...

Принципиальный — предложение, согласие, ..., ...

Конкурентный — борьба, позиция, ..., ...

Задание 12 **Расскажите, кому бы вы дали следующие советы и по какой причине.**

1) Не говори, что думаешь, а думай, что говоришь.

2) Доверяй, но проверяй.

3) Сам себя не похвалишь — никто не похвалит.

4) Делаешь дело, думай о деле.

5) Не говори гоп, пока не перепрыгнешь.

Задание 13 **Выберите нужный союз и поставьте его в предложение на место пропусков.**

1) Сообщаем вам, (*что, чтобы*) нами разрабатывается процедурная часть переговоров.

2) (*В связи с тем, несмотря на то, что*) срок поставки истекает, мы не получили от вас никаких сведений по отгрузке товара.

3) Следует детально разработать этап начала переговоров, (*поэтому, так как*) это во многом определяет их дальнейшую атмосферу и результаты.

4) Наше руководство будет готово подписать новое соглашение с вами только (*до того как, после того как*) получит подтверждение финансовой состоятельности вашего предприятия.

5) Мы согласуем с вами стоимость сделки, (*если, когда*) определим количество необходимого нам товара.

6) (*В процессе того как, для того чтобы*) иметь возможность точно ответить на данный вопрос, нам необходимо выяснить некоторые сведения.

7) (*Если, когда*) вы не согласны заменить товар, мы будем вынуждены передать дело в арбитраж.

8) Мы хотим, (*что, чтобы*) поставка была произведена в течение ближайшего месяца.

9) (*Потому что, так как*) я связан контрактом с другой фирмой, я не могу принять ваши предложения о трудоустройстве.

Этикет делового общения

Задание 14 **Вам предстоит познакомить новых сотрудников — участников предстоящих переговоров с разработанной вами инструкцией. Организуйте профессиональный разговор на эту тему, опираясь на пункты инструкции для участников переговоров.**

1. Подготовка переговоров

1.1. Анализ проблемы, определение предмета переговоров.

1.2. Сбор необходимой информации о партнёре (его надёжности, опыте участия в аналогичных переговорах, финансовых делах и др.).

1.3. Определение (вместе с экспертами) области совпадения и расхождения интересов.

1.4. Проведение экономических и финансовых расчётов.

1.5. Выработка возможных вариантов решения.

2. Этап предпереговоров

2.1. Установление рабочих отношений с партнёром, согласование организационных моментов (место проведения, состав делегации, количество участников).

2.2. Предложения по повестке дня (последовательность обсуждения вопросов).

3. Этап ведения переговоров

3.1. Соблюдение протокола (рассадка: глава делегации садится в центре, напротив — глава партнёрской делегации, справа от главы — второе лицо делегации, слева — переводчик).

3.2. Требования к характеру беседы (спокойный тон, необходимость выслушивать собеседника до конца, не перебивая).

3.3. Общие сведения (через 7 минут после начала подаётся чай, кофе; через час — чай, кофе предлагается вторично; по окончании устраивается протокольное мероприятие — приём).

3.4. Технологии ведения переговоров.

3.4.1. Уточнение интересов, позиций, целей.

3.4.2. Обсуждение позиций, аргументация.

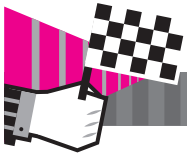
3.4.3. Согласование позиций (выработка общей формулы, затем — обсуждение деталей).

3.4.4. Редактирование текста соглашения.

4. Этап завершения переговоров

4.1. Анализ переговоров (какие действия способствовали их успеху / неуспеху, какие возникли трудности, как они преодолевались, что не было учтено при подготовке переговоров и почему; какие возникли неожиданности; какие принципы ведения переговоров целесообразно использовать).

4.2. Выполнение договорённостей (сообщение партнёру о дальнейших действиях по реализации соглашения, другие контакты-напоминания).



Подведём итоги

Вы узнали об особом виде деловой коммуникации — переговорах. Какой теперь подход к переговорам вы выберете: конфронтацию или партнёрство? Как вы считаете, являются ли переговоры условием успешного бизнеса или имеют также нравственно-этическое значение? Какие знания требуются, чтобы чётко сформулировать цели переговоров, не затянуть ход переговоров? Может ли жёсткая / мягкая постановка цели привести к провалу переговоров? Нужно ли для подготовки переговоров создавать команду или для участия в них достаточно одного человека — руководителя? Каковы преимущества в том и другом случае? Нужно ли детализировать инструкцию по ведению переговоров?

Урок 15

ГОТОВИМСЯ К УЧАСТИЮ В ВЫСТАВКЕ

Словарь делового человека

взнос, *м. р.*
выставля́ть / вы́ставить *что? где?* (продукцию на выставке)
демонта́ж, *м. р.*
демонстра́ция, *ж. р.*
монта́ж, *м. р.*
окупа́ться / окупи́ться
экспози́ция, *ж. р.*
экспоне́нт, *м .р.*
экспони́ровать *что? где?* (товары на выставке)

Читаем текст, готовимся к беседе

Утвержда́ют, что нет ничего́ про́ще и ничего́ сложне́е, чем объясни́ть, что тако́е вы́ставка. Очеви́дно, что э́то фо́рма конта́кта предприя́тия с целево́й аудито́рией и потенциа́льными партнёрами, публи́чная демонстра́ция достиже́ний. Сло́во *вы́ставка* обознача́ет как само́ мероприя́тие, так и ме́сто его́ проведе́ния. Различа́ют вы́ставки: *ме́стные, национа́льные, междунаро́дные, всеми́рные.* Вы́ставки, кото́рые охва́тывают все о́трасли челове́ческой де́ятельности, имену́ют *всеобщими* (к приме́ру, Вы́ставка достиже́ний наро́дного хозя́йства СССР — ВДНХ откры́лась в 1939 году́). Вы́ставки, кото́рые посвящены́ конкре́тной де́ятельности, называ́ются *специализи́рованными.* К после́дним отно́сятся *промы́шленные, сельскохозя́йственные, худо́жественные.*

Счита́ется, что своё нача́ло вы́ставки веду́т от францу́зских музе́ев (вы́ставки времён Мазари́ни, Кольбе́ра). Пе́рвой худо́жественной вы́ставкой, напомина́ющей совреме́нные, была́ вы́ставка «Ecole des beaux arts» (1763 год).

Инициа́тором официа́льного пока́за промы́шленных изде́лий ста́ла А́нглия (1756 год). Пе́рвая всеми́рная вы́ставка откры́лась че́рез 100 лет — в 1851 году́ в Ло́ндоне, когда́ ста́ло очеви́дным, что необходи́мо расширя́ть ры́нок и иска́ть покупа́телей для стреми́тельно расту́щей промы́шленности. Для вы́ставки был специа́льно постро́ен грандио́зный дворе́ц из стекла́ и ста́ли — Криста́лл-пала́с (Хруста́льный дворе́ц).

Э́йфелева ба́шня была́ сооружена́ к Всеми́рной вы́ставке 1889 го́да и служи́ла её входно́й а́ркой.

В настоя́щее вре́мя по всему́ ми́ру де́йствует отраслева́я организа́ция вы́ставочной индустри́и — Всеми́рная ассоциа́ция вы́ставочной индустри́и (UFI). Она объединя́ет 543 чле́на в 206 города́х, 84 стра́нах, 5 контине́нтах. Ежего́дно с уча́стием Ассоциа́ции (UFI) организу́ется сво́ыше 4500 мероприя́тий, кото́рые привлека́ют бо́лее 1 миллио́на экспоне́нтов и 150 миллио́нов посети́телей.

Возника́ет конкре́тный вопро́с: заче́м фи́рмы, компа́нии уча́ствуют в вы́ставках? Изве́стные производи́тели отвеча́ют на него́ так: «Е́сли меня́ нет на э́той вы́ставке, то меня́ нет на э́том ры́нке». Сто́ит отме́тить таки́е осо́бенности уча́стия в вы́ставке, как возмо́жность: 1) изучи́ть ситуа́цию и предложе́ния конкуре́нтов; 2) беспла́тно попа́сть в репорта́жи СМИ, рабо́тающих на вы́ставке; 3) возмо́жность конта́кта с о́рганами государ́ственной вла́сти, профессиона́льными объедине́ниями, изда́тельствами, рабо́тающими в конкре́тной сфе́ре би́знеса; 4) повы́сить узнава́емость компа́нии.

О чём свиде́тельствует стати́стика?

50% посети́телей иду́т на вы́ставку за но́вой проду́кцией и достиже́ниями;

57% отве́тственных за заку́пки лиц приобрета́ют това́ры и услу́ги на вы́ставках;

60% посети́телей принима́ют реше́ние о поку́пке, воспроизводя́ в па́мяти визуа́льную карти́нку образца́;

81% посети́телей испо́льзует вы́ставку для сбо́ра теку́щей информа́ции о после́дних достиже́ниях и тенде́нциях разви́тия отра́сли;

90% посети́телей испо́льзуют информа́цию, полу́ченную на вы́ставках, что́бы приня́ть реше́ние, како́й това́р и́ли услу́гу купи́ть.

Сего́дня уча́стие в вы́ставке — э́то широкомасшта́бная, целенапра́вленная и о́чень эффекти́вная рекла́мная компа́ния.

Для оформле́ния уча́стия в вы́ставке уча́стнику-экспоне́нту необходи́мо напра́вить организа́тору зая́вку. Зая́вка определённой фо́рмы подаётся с ко́пией свиде́тельства о регистра́ции фи́рмы. Обы́чно приём зая́вок начина́ется за год и завершается за 3—4 ме́сяца до нача́ла вы́ставки. Ва́жно, что́бы регистра́ция зая́вки бы́ла подтверждена́.

Организа́торы вы́ставки определя́ют и публику́ют в официа́льных информацио́нных материа́лах:

- да́ты монтажа́, рабо́ты и демонтажа́ вы́ставки;
- срок оконча́ния приёма зая́вок;
- сто́имость аре́нды площаде́й;
- разме́р регистрацио́нного сбо́ра (взно́са).

Э́ти да́нные в си́лу ра́зных обстоя́тельств мо́гут изменя́ться.

По́сле согласова́ния всех усло́вий уча́стия ме́жду организа́торами и экспоне́нтом заключа́ется догово́р (контра́кт) на уча́стие в вы́ставке за 90 дней до нача́ла монтажа́.

На вы́ставке допуска́ется организа́ция коллекти́вных экспози́ций.

Посети́телями вы́ставок, я́рмарок явля́ются би́знес-пра́ктики — лю́ди, име́ющие соответствующую подгото́вку и спосо́бные без труда́ соста́вить мне́ние о серьёзности экспоне́нтов.

Сре́дний посети́тель-коммерса́нт претенду́ет на то, что́бы экспоне́нтом для него́ бы́ли обеспе́чены: 1) свобо́дная простра́нственная зо́на о́коло сте́нда, 2) получе́ние достове́рной информа́ции, 3) бесе́да-разгово́р в соответствии с пра́вилами комме́рческой коммуника́ции и этике́та. Поэ́тому экспоне́нту ва́жно име́ть информа́цию о тех лю́дях, кото́рых он бу́дет стара́ться привле́чь на свой стенд, спрогнози́ровать возмо́жные тре́бования — ожида́ния ка́ждого из них, их индивидуа́льные осо́бенности. То́лько таки́м о́бразом мо́жно спланировать мето́дику обще́ния с ни́ми.

Посети́тели вы́ставок мо́гут усло́вно дели́ться на **рационали́стов** — люде́й, кото́рые плани́руют, что им посети́ть. Они́ перемеща́ются по террито́рии вы́ставки со свои́м «распоря́дком дня» в рука́х. Посети́тели э́того ти́па — **профессиона́лы**. Подхо́д к ним тре́бует чёткости, высо́кого у́ровня информати́вности. **Посети́тели-фла́неры** лю́бят посеща́ть многолю́дные сте́нды. Они́ лю́бят быва́ть там, где прово́дятся разли́чные мероприя́тия и где их приве́тливо встреча́ют. **Неуве́ренные в себе́** предпочита́ют сте́нды, кото́рые собира́ют мно́го посети́телей. Им необходи́мо вре́мя, что́бы вы́разить свои́ наме́рения.

В отли́чие от них **нова́торы** и́щут новинки и нужда́ются в доказа́тельствах. Ча́сто они́ име́ют со́бственные взгля́ды на конкурентоспосо́бность представля́емых на экспози́ции това́ров и услу́г. Коммуника́ция с таки́ми посети́телями тре́бует уваже́ния к их зна́ниям.

Консерва́торы — тру́дный и не те́рпящий давле́ния тип посети́телей. Их устра́ивает аргумента́ция по техни́ческому и́ли ино́му но́вшеству, сформули́рованная в те́рминах, к кото́рым они́ привы́кли.

Случа́йные посети́тели и так называ́емые **тури́сты** ограни́чиваются пове́рхностной информа́цией, одна́ко пра́вильная мето́дика обще́ния позволя́ет заинтересова́ть их в преиму́ществе тех и́ли ины́х экспона́тов.

Зна́ние ти́пов посети́телей и осо́бенностей их поведе́ния облегча́ет экспоне́нтам вы́бор наибо́лее эффекти́вных реше́ний для оптима́льного уча́стия в вы́ставке, для гра́мотной организа́ции экспози́ции, подгото́вки рекла́мно-сувени́рной проду́кции, консульти́рования персона́ла компа́нии о вы́ставочном этике́те.

Уча́стие в вы́ставке отлича́ется от други́х ви́дов рекла́мы как свои́ми возмо́жностями, так и коли́чеством ресу́рсов для реализа́ции возмо́жностей. Уча́стие в изве́стной вы́ставке мо́жет обойти́сь экспоне́нту в 50 ты́сяч

до́лларов и вы́ше. Доста́точно сказа́ть, что аре́нда квадра́тного ме́тра на серьёзной вы́ставке составля́ет 500 до́лларов. Необходи́мо приба́вить к э́тому сто́имость вы́ставочного сте́нда, расхо́ды на транспортиро́вку и полигра́фию.

Одна́ко вы́годы от эффекти́вного уча́стия в вы́ставке прино́сят компа́нии бо́льшую при́быль, чем любо́й друго́й вид рекла́мы. Поэ́тому, пре́жде чем уча́ствовать в вы́ставке, лу́чше предвари́тельно оцени́ть её рента́бельность для экспоне́нта.

Задание 1 **Проверьте себя, как вы поняли текст. Ответьте на вопросы.**

1) Что такое выставка? Когда была организована первая выставка? 2) Какие бывают выставки по статусу? 3) Как называют выставки, где представлены достижения различных сфер деятельности? 4) Что такое специализированная выставка? Приведите примеры. 5) Почему проведение крупных мировых выставок связано со строительством уникальных архитектурных сооружений? Каких? 6) Какая крупная организация занимается в настоящее время подготовкой и проведением масштабных выставок? 7) Зачем бизнес-структуры проводят выставки и участвуют в них? 8) Что прежде всего должна сделать фирма, получив информацию о проведении выставки? 9) Какие документы необходимы для участия в бизнес-выставке? 10) Какую информацию должны иметь экспоненты об участии в конкретной выставке? 11) Что такое коллективная экспозиция? 12) Чем различаются деловые люди, посещающие выставку? 13) Что необходимо так называемому *среднему* посетителю? 14) Выставку называют интегрированным коммуникативным средством. Коммуникацию каких сфер деятельности интегрирует выставка? 15) Если у компании нет опыта представления своего бизнеса на выставке, какие структуры ей могут помочь в этом? 16) Если выставка — один из видов рекламы, каковы её преимущества перед другими аспектами рекламирования конкретного бизнеса или услуг? 17) Какими должны быть ожидания от участия в выставке: просто приобретение опыта или желание окупить своё участие в этом мероприятии?

Задание 2 **Выразите ту же мысль другими средствами. Используйте с этой целью текст урока.**

1) Выставка включает в себя взаимодействие с будущими партнёрами-производителями и покупателями товаров и услуг. Она позволяет продемонстрировать посетителям успехи компании.

2) Чтобы вызвать интерес у населения, устроители первых всемирных выставок не только продумывали детали, но и заказывали проекты зданий для выставок, которые стали произведениями архитектурного искусства.

3) Бизнесмены понимают важность такого мероприятия, как выставка. Они считают, что есть прямая связь между успехами на рынке и участием в выставках.

4) Необходимость участия в выставках объясняется рядом причин. Это и знакомство с возможностями конкурентов, разного рода контакты с представителями власти, СМИ, издательствами.

5) Многие посетители любят увидеть всё своими глазами, чтобы сориентироваться, покупать или не покупать товар, услугу.

6) Среди посетителей есть и те, кто интересуется всем новым, чтобы использовать интересные идеи и решения в своей бизнес-деятельности.

7) Если компания желает принять участие в выставке, она должна обратиться к организатору с заявкой.

8) Важно не только вовремя подать заявку, но и официально зарегистрировать своё участие.

9) Если фирма согласна на условия организаторов выставки, то между сторонами заключается договор.

Деловое общение

Задание 3 **Согласитесь с высказываниями или опровергните их. Аргументируйте свой ответ, соотнесите его с темой «Выставки и бизнес».**

1) Эффект от посещения выставки подтверждает пословица *«Лучше один раз увидеть, чем сто раз услышать»*.

2) Один из философов Древней Греции утверждал, что *«на войне побеждает железо, а в мирной жизни — слово»*.

3) Умение общаться подобно оправе для бриллианта.

4) Люди в большинстве случаев *«играют»* необходимые роли в соответствии с ситуацией, надевают *«маски»*.

5) Выставка есть не что иное, как умение настроить людей на труд. (Ли Якокка)

6) Бывают люди, которых надо очень удивить, ошеломить, для того чтобы убедить.

Задание 4 **Распределите роли ваших сотрудников на выставке. Проведите рабочее совещание по следующему плану.**

Ситуация 1. Аргументируйте необходимость участия вашей организации в выставке.

Ситуация 2. Поручите вашему коммерческому директору сделать расчёт расходов на выставку.

Ситуация 3. Поручите менеджеру по развитию организации определить плюсы и минусы участия в выставке.

Ситуация 4. Дайте задание вашему заместителю связаться с организаторами выставки и узнать всю необходимую информацию об условиях участия в выставке.

Ситуация 5. Дайте задание вашему менеджеру по продажам продумать, как наилучшим образом представить на выставке товар (услуги).

Ситуация 6. Дайте поручение секретарю разработать информацию для сайта о продукции вашей организации, которую вы представите на выставке.

Ситуация 7. Подведите итог рабочего совещания и ближайшие перспективы деятельности по участию вашей организации в выставке.

Задание 5 **Вставьте в предложения вместо пропусков глагол в нужной форме.**

1) В столице Республики Татарстан Казани ... традиционная выставка сельскохозяйственной продукции (проходить).

2) В работе выставки ... более 50 фермерских хозяйств (принимать участие).

3) Интерес к выставке ... за последние годы, причём не только у отечественных, но и зарубежных предпринимателей (вырастать).

4) Выставка ... формой контакта бизнеса с целевой аудиторией (являться).

5) Участие в выставках ... расширение рынка и поиск новых покупателей (предполагать).

6) Всемирная ассоциация выставочной индустрии ... по всему миру (действовать).

7) В настоящий момент она ... 543 члена (объединять).

8) Выставки ... изучить ситуацию и предложения конкурентов (давать возможность).

9) Выставка — один из путей, с помощью которого ... узнаваемость компаний (повышаться).

10) Для участия в выставке экспонент ... организаторам заявку (направлять).

11) Вместе с заявкой ... копии свидетельства о регистрации фирмы (подаваться).

12) Приём заявок ... за 3—4 месяца до открытия выставки (завершаться).

13) Задолго до открытия организаторы выставки ... официальные информационные материалы (публиковать).

14) На выставке ... организация коллективных экспозиций (допускаться).

15) Между организаторами и участниками ... договор, определяющий условия участия в выставке (заключаться).

От слова — к мысли

Задание 6 **Объясните, от какого глагола образованы слова, выделенные курсивом: а) стоять — «находиться в вертикальном положении», «не двигаться, бездействовать»; б) стоить — «иметь определённую цену», «заслуживать внимания».**

1) Поезд *стоит* на этой станции долго.
2) *Стоимость* данного товара не соответствует его качеству.
3) *Стоит* обратить внимание на продукцию этой фирмы.
4) *Стоит* посетить эту выставку.
5) Книги на стенде *стояли* в алфавитном порядке.
6) Вам *не стоит* участвовать в этой выставке.
7) Мои часы *стоят*.
8) Нашим рекламистам *стоит* задуматься над использованием новых рекламных средств.
9) Один *стоит* семерых.
10) У входа на выставку *стоит* большой рекламный стенд.
11) Время *не стоит* на месте.

Задание 7 **Объясните, какой из предложенных вариантов ответа правильный. Вставьте его в предложение.**

В русском языке некоторые слова пишутся слитно или раздельно в зависимости от значения, например:

во время выставки — прийти вовремя (*не опоздать*),
на встрече с посетителями — выйти навстречу (*кому?*),
на счёт в банке — насчёт (*относительно*) выставки.

1) Мы узнали ... регистрационного взноса на выставке.
   а) насчёт
   б) на счёт

2) Выставка открылась ...
   а) вовремя
   б) во время

3) Мы вышли ... почётным гостям выставки и поприветствовали их.	а) на встречу б) навстречу
4) ... презентации продукции нашей фирмы посетители знакомились с видеосюжетами о её использовании на предприятиях.	а) Во время б) Вовремя
5) Деньги от реализованной продукции поступили в банк ... фирмы.	а) насчёт б) на счёт
6) Наши сотрудники с удовольствием согласились ... с посетителями экспозиции.	а) навстречу б) на встречу

Задание 8 **Найдите синонимы среди данных ниже слов, объясните их значения.**

Стремительно, демонстрация товаров, соорудить, грандиозный, рентабельность, (про-)будить интерес, достижение, первоначальная часть суммы (часть цены), быстро, доход, вызывать интерес, оплата регистрации, построить, положительный результат (успех), взнос, регистрационный сбор, масштабный, показ товаров.

Задание 9 **Прочитайте фрагмент презентации фирмы на выставке. Замените в тексте выделенные слова с синонимами.**

Дамы и господа!

Прежде всего я хочу ***сказать*** *несколько слов о торговой деятельности фирмы.*

Наша фирма ***начала*** *свою* ***торговую деятельность*** *в 1978 году. Сначала она* ***вела*** *только оптовую* ***продажу*** *товаров, но уже с 1985 года* ***стала торговать*** *и оптом, и мелким оптом, и в розницу. Фирма* ***владеет*** *двумя магазинами в Европе,* ***имеет*** *9 торговых точек, которые расположены* ***в разных странах мира****, а также* ***создала*** *в Москве сервисный центр. В 2005 году открыто* ***представительство*** *нашей фирмы* ***в России****.*

Сегодня наша фирма ***представлена на стенде*** *бытовой техникой. На стенде вы можете увидеть* ***полный спектр*** *продукции, поставляемой нашей фирмой в Россию. Это газовые и электрические плиты, пылесосы, стиральные машины, утюги и другая* ***бытовая техника****.*

Все модели ***отвечают*** *самым современным* ***требованиям****. Мы уверены, что* ***по дизайну и качеству*** *они превосходят ранее известные модели.*

Всё, что вы видите на стенде, ***в широком ассортименте представлено*** *в наших магазинах.*

Добро пожаловать *за товарами нашей фирмы.*

Деловое общение

Задание 10 **Составьте по аналогии с заданием 9 своё выступление-презентацию на торговой выставке по следующей программе.**

1. Обращение к посетителям стенда.
2. Краткий рассказ о деятельности фирмы и её достижениях.
3. Информация о работе фирмы на российском рынке.
4. Краткое описание продукции, представленной на стенде выставки.
5. Оценка преимуществ продукции фирмы и конкретных моделей.
6. Пожелание посетителям.
7. Завершение выступления.

Задание 11 **Известно, что фразеологизмы, крылатые выражения придают нашей речи яркость, выразительность, привлекают внимание слушающих, демонстрируют образованность человека, который умеет уместно употреблять выразительные средства языка.**

Многие выражения — *одна ласточка весны не делает, вавилонское столпотворение* — имеют примерно одинаковое значение в разных языках. Проанализируйте, как различаются в разных языках следующие фразеологизмы:

1) русский язык — **родиться в рубашке (сорочке)** — быть счастливым, удачливым;

английский язык — **родиться с серебряной ложкой во рту;**

французский язык — **родиться причёсанным;**

2) русский язык — **как две капли воды** — очень похожие;

английский язык — **как две горошины;**

немецкий и чешский языки — **как два яйца;**

3) русский язык — **когда рак на горе свистнет** — никогда;

немецкий язык — **когда собаки залают хвостами;**

болгарский язык — **когда свинья в шлёпанцах на грушу взберётся;**

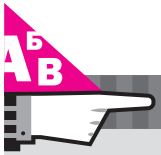
4) русский язык — **утро вечера мудренее** — лучше отложить принятие решения на завтра;

итальянский язык — **утренние часы с золотом во рту.**

Задание 12 **Проанализируйте данные ниже фразеологизмы и их значения. Какие из фразеологизмов вы можете употребить, чтобы:**

1) оценить работу на выставке самых ответственных сотрудников;
2) отметить отличные результаты участия вашей фирмы в выставке;
3) предупредить своих сотрудников о возможных скрытых трудностях в проведении выставки;
4) рассказать об интересе посетителей к стенду с вашей продукцией;
5) объяснить неудачу на выставке отсутствием опыта участия в выставках;
6) убедить сотрудников фирмы в необходимости учитывать традиции, сложившиеся в организации выставки;
7) выразить пожелание успешно справиться с задачами участия в выставке?

Не ударить лицом в грязь (выполнить что-то наилучшим способом), первый блин комом (о безуспешном начале деятельности), яблоку негде упасть (о большом количестве людей, очень много), подводные камни (неизвестные, скрытые препятствия, проблемы), золотой фонд (самое лучшее, ценное), как по маслу (легко, без проблем), плыть против течения (действовать, не соблюдая традиций, не учитывая мнения других людей).



Грамматика для бизнесменов

Употребление союзов *и*, *а*, *но* и др.

1. В русском языке союзы связывают слова и предложения: *Мы **и** наши партнёры участвуем в выставке.*
2. Союз ***и*** — самое употребительное слово в русском языке, он связывает однородные слова, обозначающие людей, предметы, события, действия, свойства: *Выставка была полезной **и** успешной.*
3. Союз *а* присоединяет однородные слова (члены предложения) с оттенком соединения (приближается по значению к ***и***), сопоставления, противопоставления (приближается по значению к ***но***), а также передаёт значение «нелогично»: *Сегодня открылась Международная выставка, **а** наша фирма не участвует в ней.*
4. Союз ***а*** употребляется в диалогической речи в начале предложения, особенно вопросительного: *Отдел рекламы готов к участию в выставке. **А** что для участия в выставке сделано в отделе торговли?*

5. Союз ***но*** используется при ограничении, противопоставлении различных явлений, действий, свойств и имеет значение «нелогично», «неестественно». У него есть синонимы-союзы ***однако, зато, в то же время***: *Мы знаем, что вы заняты,* ***но*** *просим ответить на наши вопросы.*
6. Союзы ***или, или..., или...*** указывают на взаимное исключение явлений, предметов, действий: *Мы приглашаем вас участвовать в этой выставке* ***или*** *подготовить детальную рекламу своей продукции.*
7. Союз ***то..., то...*** указывает на чередование действий или явлений и используется в устном деловом общении: *Участники дискуссии обсуждали* ***то*** *бизнес-план совместных действий,* ***то*** *проблемы его реализации.*

Задание 13 **Выберите нужный союз.**

1) В России за последние годы приняты законы, которые охраняют интересы потребителей ... предусматривают санкции за их нарушение.	а) и б) или
2) В тендерные компании входят не коммерческие, ... технические эксперты.	а) а б) и в) или
3) Мы принимаем внешние заказы, ... при условии наличия гарантии банка.	а) а б) но
4) ... доходы фирмы выше, чем указано в документах, ... в расчётах допущена ошибка.	а) и, и б) или, или
5) Цена на бытовую технику выросла, ... все виды продукции получили годовую гарантию.	а) а б) но в) или
6) Мы начали совместное производство новой продукции, ... это выгодно для наших фирм-партнёров.	а) и б) однако в) или
7) Отдел информации отправит вам документы до 10 февраля, ... вы подтвердите факт получения документации.	а) и б) а в) однако

Грамматика для бизнесменов

Употребление местоимений *такой*, *тот*, *сам*, *самый*, наречия *так*

1. Местоимение ***такой*** с частицей ***же*** употребляется, когда речь идёт о двух одинаковых, похожих лицах, явлениях, предметах: *Подготовьте такое же письмо-поздравление для наших партнёров.*
2. Местоимение ***тот*** с частицей ***же*** употребляется, когда речь идёт об одном предмете и усиливается местоимением ***самый***: *Принесите мне ту же самую папку.*
3. Местоимение среднего рода ***то*** в сочетании с частицей ***же*** и местоимением ***самое*** синонимично в речи конструкции ***такой же*** + существительное: *Закажите мне то же самое. = Закажите мне такие же блюда, как и себе.*
4. В сочетании с существительным, обозначающим место или время, местоимение ***самый*** указывает на точность обозначения: *Повторите всё с самого начала.*
5. Местоимение ***сам*** в предложении подчёркивает персональное участие субъекта в каком-либо действии (деятельности): *Мы сами договоримся с партнёрами о скидках.*
6. Наречие ***так*** обозначает высокую степень проявления действия, качества, состояния: *Мы так надеялись на ваше участие в выставке.*

Задание 14 **Вставьте вместо точек местоимения *тот* или *такой* с частицей *же* в нужном падеже. Укажите, где можно, варианты ответа.**

1) Давайте встретимся на ... месте.

2) На втором этаже «Экспоцентра» вы можете познакомиться со спортивной продукцией различных фирм. На ... этаже открыта выставка разных аксессуаров для спорта.

3) Мы сталкивались с ... проблемами раньше.

4) Вы выбрали офисную мебель белорусских изготовителей. Мы закажем ... .

5) Мы стали готовиться к выставке в конце апреля, в ... время мы получили документы о регистрации участия.

Задание 15 **Вставьте в предложения вместо точек необходимое по смыслу и в нужной форме местоимение *такой, сам,* наречие *так*.**

1) Газетная реклама. Сильные стороны (такой, так) типа рекламы — оперативность, многочисленность аудитории, высокий авторитет на местном рынке.

2) Мы (такой, сам) надеемся на эффективность вашей рекламы.

3) Мы (такой, сам) можем оценить сильные и слабые стороны нашей продукции.

4) Просим сообщить нам ваши соображения относительно условий (такой, так) сделки.

5) Мы (сам, так) рассчитываем на выполнение партнёрами данных обязательств.

6) Деловое совещание — это (такой, сам) форма делового общения, когда обсуждаются проблемы, требующие коллективного осмысления и решения.

Этикет делового общения

Как избавиться от слов-разрушителей?

Задание 16 **Прочитайте рекомендации и обсудите их.**

1) Многие бизнесмены используют в своей речи слова, обижающие партнёра, или строят свою речь как приказ, распоряжение.

2) Нужно уметь помогать самим себе: заменять слова, разрушающие общение, на спокойные выражения.

должен	*хотел бы*
необходимо	*было бы желательно*
нужно	*лучше найти возможность*
провал	*затруднительное положение*
неудача	*временные трудности*
плохо	*не очень продуманно* и др.

3) Деловой разговор желательно поддерживать выражением согласия, одобрения:

Мы ничего не имеем против.

Ваши условия нас в целом устраивают.

Этот пункт договора не вызывает возражений.
Мы разделяем вашу точку зрения на…
Это, на наш взгляд, хорошая, плодотворная идея.
Мы согласны с вашим мнением о… и др.

4) Важно позитивно завершить разговор:
Давайте подведём итоги наших договорённостей.
Сегодня мы конструктивно обсудили многие важные вопросы.
Приятно, что проблему можно считать решённой.
Позвольте от лица фирмы поблагодарить вас за участие в сегодняшнем обсуждении.
Мы выражаем надежду на дальнейшее плодотворное сотрудничество.

5) Важно подчёркивать коллегиальность принятия решений. Для этого в речи вместо *я* лучше использовать *мы* или безличные предложения:
Нам представляется…
Мы считаем…
Как показывает наш опыт…
Мы придерживаемся точки зрения о том, что…
По нашим наблюдениям…

6) Изменяя эмоциональную окраску своей речи, можно контролировать рациональное развитие делового взаимодействия.

Задание 17 **Во время выставки сотрудники стенда отвечают на вопросы посетителей. Для продолжительного разговора важно узнать имя собеседника и запомнить его. Как это сделать?**

1) При представлении постарайтесь расслышать имя посетителя стенда, переспросить собеседника, если он произнёс своё имя нечётко: *Простите, я не расслышал ваше имя.* Собеседнику будет даже приятно, что вы внимательно отнеслись к нему.

2) Повторите его про себя и попытайтесь создать ассоциации, опираясь на похожие слова, манеру поведения, внешность посетителя.

3) Если вы уже общались с собеседником, но забыли его имя, скажите, что хотели уточнить, как оно правильно произносится. Или поинтересуйтесь отчеством. Обычно посетитель в таком случае повторяет своё имя в сочетании с отчеством и фамилией.

4) Максимально используйте потенциал слова *Здравствуйте!* В это приветствие можно вкладывать разный смысл. *Здравствуйте* с интонацией припоминания подскажет собеседнику, что нужно представиться.

5) Обогатите свой словарный запас фразами речевого этикета для извинения: *Прошу простить* (*извинить*); *Мне неприятно*; *Виноват*; *Прошу прощения*; *Боюсь, что я утомил вас* и др.

Это интересно!

Первая всемирная выставка открылась в 1851 году в Лондоне и называлась «Великая выставка изделий промышленности всех наций 1851 года». Кристалл-палас (Хрустальный дворец) стал эпохальным сооружением, предвосхитившим новые методы строительства. Начиная с Хрустального дворца, всем выставочным павильонам дальнейших выставок придавали вид дворцов. Они так и назывались — Дворец сельского хозяйства, Дворец электричества и т. д., дворцы всех видов, всех эпох, в любом материале — от металла и стекла до злаков и овощей.

Первые экспонаты промышленных выставок представляли собой любопытное зрелище. Инженеры, создавая опытные выставочные образцы паровозов, котлов локомобилей, насосов и сенокосилок, пытались придавать им архитектурные формы в стиле барокко, готики. В особо большой моде были гипертрофированные экспонаты. Воздвигались гигантских размеров свечи, сахарные головы, пивные бутылки, статуи из серебра и соли, шоколада и золота. Демонстрировался монолит антрацита весом 65 пудов, в павильоне Круппа — пушка весом 124 тонны. В Чикаго на выставке 1893 года были выставлены модели ячменя с листьями и хмеля из чистого золота, в земледельческом отделе целый фасад был сделан из кукурузы — кукурузные скульптуры, даже знамёна и гербы, мебель из гигантских натуральных тыкв и картофелин.

Уже **на Первой всемирной выставке** 1851 года возникла проблема передвижения посетителей по территории выставки. Так появился первый выставочный транспорт (омнибусы). Позднее, на выставке в Чикаго (1893), были впервые применены «подвижные тротуары», передвигавшие на ленте транспортёра ежедневно до 10 тысяч посетителей.

Мысль о создании детского городка развлечений «Диснейленд» в Америке родилась в середине XX века после того, как Диснею попал в руки альбом «Парижская Всемирная выставка 1900 года».

Подведём итоги

Вы узнали из урока, зачем бизнесмены участвуют в выставках, как к ней готовятся, как организовывают работу своей экспозиции. Вы, наверное, согласитесь с тем, что выставка — одно из оптимальных средств достижения известности на рынке товаров и услуг. Что вы думаете по этому поводу? Какие плюсы и минусы вы бы отметили в организации и проведении современных выставок?

СОДЕРЖАНИЕ

Предисловие 3

Тема 1. ЧТО НУЖНО ЗНАТЬ ДЕЛОВОМУ ЧЕЛОВЕКУ О РОССИИ?

Урок 1. Знакомимся с Россией 4
Урок 2. Узнаём о государственном устройстве России 9
Урок 3. Интересное в экономике России 12

Тема 2. ЧТО НУЖНО ЗНАТЬ БИЗНЕСМЕНУ О РУССКОМ НАЦИОНАЛЬНОМ ХАРАКТЕРЕ?

Урок 4. Какие они, русские? Национальные черты русских 19
Урок 5. Русский человек в бизнесе 29
Урок 6. Отношения русских с иностранными партнёрами по бизнесу 41

Тема 3. КАК НАЧИНАТЬ СВОЙ БИЗНЕС В РОССИИ?

Урок 7. Бизнес в России: реальность и надежды 55
Урок 8. Создаём фирму: без нас можно — с нами лучше 65
Урок 9. Делаем рекламу 77

Тема 4. КАК ПРАВИЛЬНО ВЕСТИ ДЕЛОВУЮ ДОКУМЕНТАЦИЮ В РОССИИ?

Урок 10. Учимся работать с контрактом 92
Урок 11. Изучаем язык рекламации 112
Урок 12. Ведём деловую документацию 124

Тема 5. КАК ПРАВИЛЬНО ВЕСТИ УСТНОЕ ДЕЛОВОЕ ОБЩЕНИЕ?

Урок 13. Готовимся к деловой беседе, деловому разговору 135
Урок 14. Организуем и проводим деловые переговоры 150
Урок 15. Готовимся к участию в выставке 161