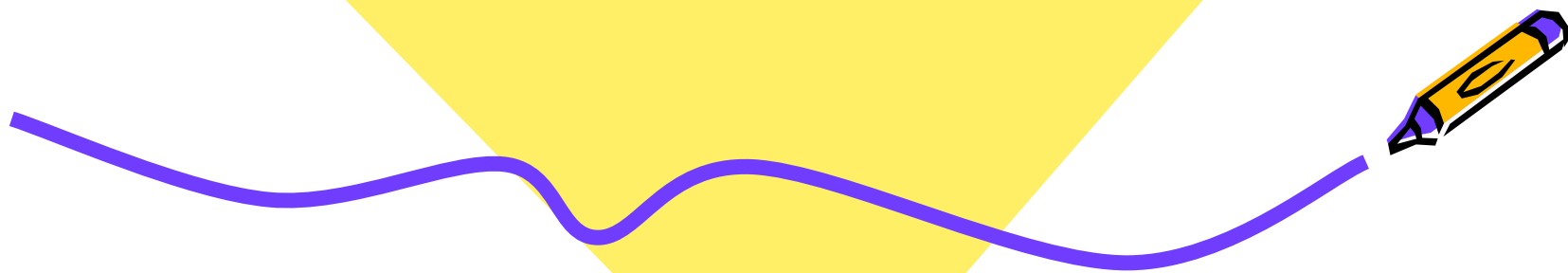




Элементы деловой риторики

элективный курс 11 класс
в рамках курса риторики «Мысль и
слово»



Цель курса:

- Расширить возможности социализации личности учащихся через освоение **НОВЫХ СПОСОБОВ ОБЩЕНИЯ**



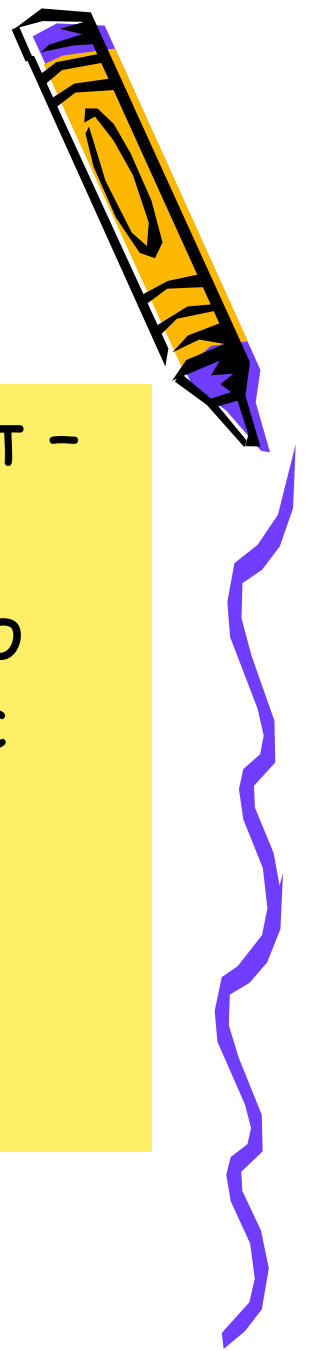
Задачи курса:



- Познакомить с содержанием предмета.
- Помочь освоить самопрезентацию.
- Помочь в освоении делового этикета.
- Организовать практикум по проведению деловой беседы.
- Развивать рефлексивные и аналитические умения учащихся.



Программа курса



- Введение - 1 час
- Деловая беседа - 1 час
- Формы самопрезентации 1 час
- У меня зазвонил телефон - 1 час

- Деловой этикет - 2 часа
- Конфликт и его решение - 1 час
- Определение своего типа оратора - 1 час



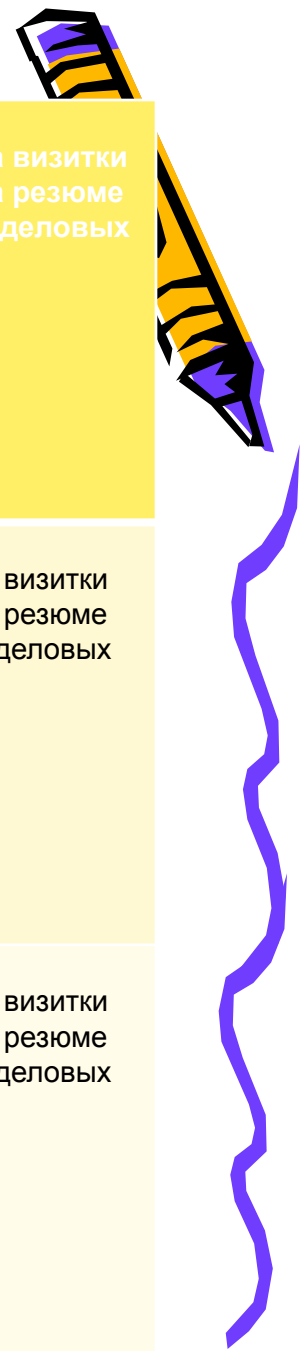
ТЕМАТИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ КУРСА



Задачи	Тема и содержание занятия	часы	Предполагаемый результат	Формы контроля
- Познакомить с содержанием курса	<p>Вводное занятие</p> <p>Освоение содержания понятия <i>деловая риторика</i>. Сфера применения. Жанры делового общения</p>	1 час	Усвоение содержания понятия деловая риторика. Умение дать определение	Устная беседа
- Помочь составить представление о деловой беседе. - организовать практическую работу учащихся	<p>Деловая беседа</p> <p>Анализ деловой беседы учителя и учащегося (наблюдение и анализ) Вопрос как важная сторона беседы. Составление модели деловой беседы. Характеристика каждого этапа.</p>	1 час	Усвоение содержания модели Знание основных требований к вопросу. Умение составить и провести несложную деловую беседу.	- Работа в парах: составить и провести беседу на тему: <i>Покупка путевки в турбюро</i> - Оценка работы товарищей



<p>Помочь освоить приемы составления визитки и резюме</p>	<p>Формы самопрезентации - Знакомство с визиткой организаций и частных лиц, выявление закономерностей. - Резюме как способ самопрезентации. Виды резюме, Содержание. Основные требования. Составление модели на основе наблюдений. - Знакомство со статьей «Я – бренд!» (как выставить себя на первый план)</p>	<p>1 час</p>	<p>Знание требований к резюме и визитке, начальные умения необходимые для составления данных документов</p>	<p>- Проверка визитки - Проверка резюме - решение деловых задач</p>
<p>Помочь освоить приемы составления визитки и резюме</p>	<p>Формы самопрезентации - Знакомство с визиткой организаций и частных лиц, выявление закономерностей. - Резюме как способ самопрезентации. Виды резюме, Содержание. Основные требования. Составление модели на основе наблюдений. - Знакомство со статьей «Я – бренд!» (как выставить себя на первый план)</p>	<p>1 час</p>	<p>Знание требований к резюме и визитке, начальные умения необходимые для составления данных документов</p>	<p>- Проверка визитки - Проверка резюме - решение деловых задач</p>
<p>Помочь освоить приемы составления визитки и резюме</p>	<p>Формы самопрезентации - Знакомство с визиткой организаций и частных лиц, выявление закономерностей. - Резюме как способ самопрезентации. Виды резюме, Содержание. Основные требования. Составление модели на основе наблюдений. - Знакомство со статьей «Я – бренд!» (как выставить себя на первый план)</p>	<p>1 час</p>	<p>Знание требований к резюме и визитке, начальные умения необходимые для составления данных документов</p>	<p>- Проверка визитки - Проверка резюме - решение деловых задач</p>





<p>Помочь освоить приемы составления визитки и резюме</p>	<p>Формы самопрезентации -Знакомство с визиткой организаций и частных лиц, выявление закономерностей. - Резюме как способ самопрезентации. Виды резюме, Содержание. Основные требования. Составление модели на основе наблюдений. - Знакомство со статьей «Я – бренд!» (как выставить себя на первый план)</p>	<p>1 час</p>	<p>Знание требований к резюме и визитке, начальные умения необходимые для составления данных документов</p>	<p>- Проверка визитки - Проверка резюме - решение деловых задач</p>
<p>Помочь освоить приемы составления визитки и резюме</p>	<p>Формы самопрезентации -Знакомство с визиткой организаций и частных лиц, выявление закономерностей. - Резюме как способ самопрезентации. Виды резюме, Содержание. Основные требования. Составление модели на основе наблюдений. - Знакомство со статьей «Я – бренд!» (как выставить себя на первый план)</p>	<p>1 час</p>	<p>Знание требований к резюме и визитке, начальные умения необходимые для составления данных документов</p>	<p>- Проверка визитки - Проверка резюме - решение деловых задач</p>



Приложения

Тема: Способы самопрезентации: Визитка. Представление. Резюме.

Алгоритм замысла представления:

- Изучи ситуацию предполагаемого представления и адресата (его знания, интересы)
- Отбери из материала о себе то, что интересно собеседникам.
- Подумай, как и чем проиллюстрировать свои идеи, как их «сцерить».
- Проработай речевое оформление текста.
- Найди яркие и оригинальные вступление и заключение.
- Подумай, как организовать работу с аудиторией

заигрывай

НЕ

будь скучным

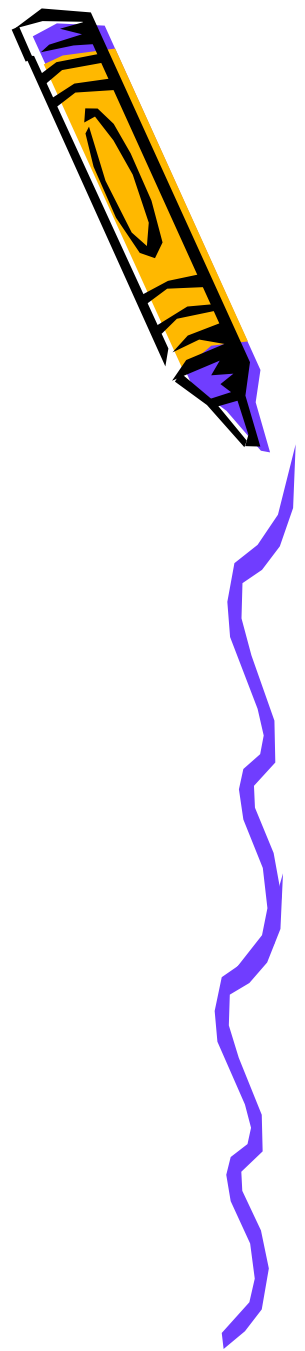
будь занудой

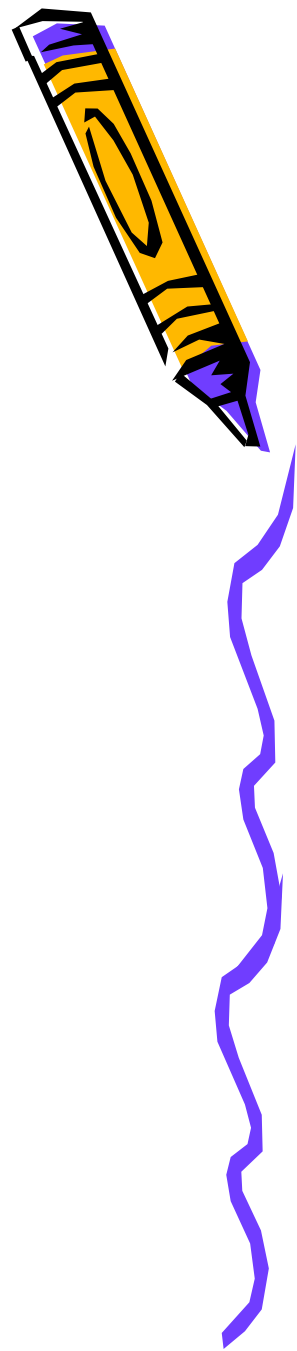
скромничай излишне

НЕ

принижай себя

утомляй других





- **МОДЕЛЬ ДЕЛОВОЙ БЕСЕДЫ**

- **Этапы**

- **Цель**

- **Тактика**

- **Начало беседы**

- *Прояснить позиции*

- **Открытые вопросы.**

- **Закрытые вопросы в том случае, если хочешь подавить собеседника.**

- **Основная**

- **Часть беседы**

- *Обсудить проблему:*

- **А) сбор информации**

- **Б) закрепление информации**

- **В) переход к новой проблеме, если их несколько;**

- **Г) начало обсуждения проблемы №2**

- **По преимуществу открытые вопросы.**

- **Риторические вопросы для обдумывания**

- **Переломные вопросы**

- **Закрытые вопросы типа «да»-«нет»**

- **Окончание**

- **беседы**

- *Подвести итог*

- **А) Закрытые или альтернативные вопросы, если собеседник колеблется**

- **Б) Поздравление, если достигнут результат, заверение в успешном сотрудничестве.**

• **ВНИМАНИЕ!** Не заканчивать на ответе собеседника «нет», добиться хотя бы формального «да»



Иллюстрация к объяснению



Этап	Цель	Тактика	Комментарий
<i>Представление Начало беседы</i>	<i>Знакомство. Выяснить позицию по вопросу издания книги</i>	<i>- Мы хотим издать новый детектив малоизвестного автора. Чем ваша фирма могла бы нам помочь? - Как я понял, вы представляете фирму «Мир книги»? –Да - Вы занимаетесь издательской деятельностью фирмы? –Да - Вы являетесь менеджером по издательской деятельности фирмы? –Да - Значит вы полномочны решать вопросы о планировании изданий в вашей фирме? - Да</i>	<i>Вопрос открытый. Собеседник сообщит вам, каковы возможности и планы его организации -Вопросы закрытого типа. Если вы их задаете пулементным образом, значит хотите подавить собеседника, показать, что лидером в дальнейшем будете вы. - Можно такие вопросы задавать после открытого, но тогда нужно дать время собеседнику спокойно ответить, этот поможет расположить собеседника к себе и к проблеме.</i>



Основная часть

Достичь соглашения по вопросу издания книги.
А) сбор информации (более подробное ознакомление с позицией, возможностями и намерениями)
Б) закрепление информации
В) переход к новой проблеме

- Не могли бы вы подробнее рассказать о полиграфических возможностях вашей фирмы?
- Какой тираж книги вы считаете целесообразным?
- Какие у вас в среднем сроки выхода книги? И т. д.
- Не кажется ли вам, что сотрудничество с нами по поводу издания этой книги было бы для вашей фирмы выгодным?
- Не думаете ли вы, что нам стоит начать сотрудничество?
- Правильно ли я понял ваше сообщение, что большой тираж сразу для вас нежелателен?
- Сумел ли я вам верно обрисовать перспективы нашего сотрудничества?
Как вы считаете, насколько прибыльным будет сейчас издание детективов в жанре комиксов?

Преимущественно вопросы открытого типа. Дать возможность собеседнику максимально высказаться. Риторические вопросы уже включают в себе ответ и побуждают собеседника внутренне согласиться с вами. *Это вопросы для обдумывания, они побуждают партнера поразмыслить над проблемой, прокомментировать её, высказать дополнения, поправки. Они стимулируют доверие, взаимопонимание, закрепляют проблему.* Переломные вопросы, чтобы перейти к новой части проблемы, или новой проблеме.

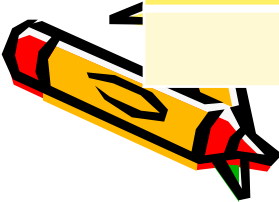
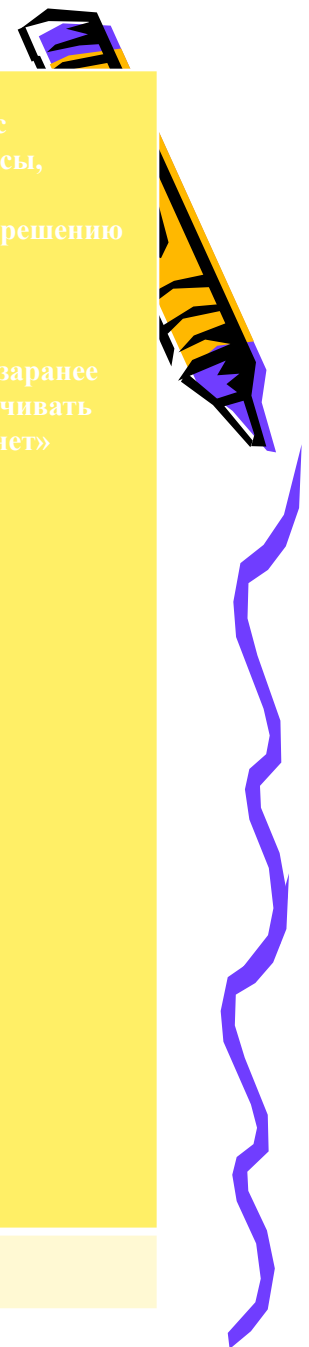


Конец беседы

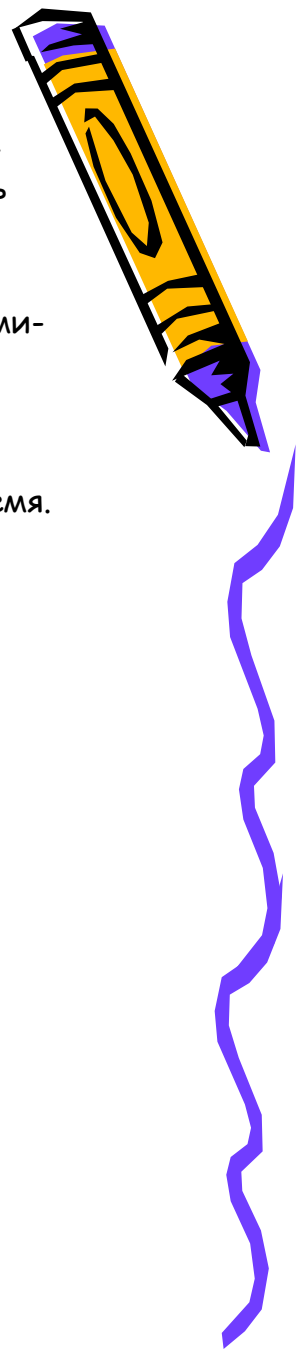
Выработать резюме
А) если собеседник колеблется
Б) если партнер принимает положительное решение
Если ответ отрицательный

Мы будем издавать книгу?
– Да
– Если мы будем издавать книгу в мягкой обложке, не снимет ли это наши проблемы?
– Может быть начнем с маленького тиража, и это решит проблемы?
- Давайте представим, что мы будем совместно издавать книгу в мягкой обложке или малым тиражом?
- Какой из этих вариантов вас больше устраивает?
Поздравляю вас с принятием правильного решения, уверен, что сотрудничество будет плодотворным.
Надеюсь, что мы ещё вернемся к этому вопросу.
– Надеюсь, мы сможем предложить вам ещё варианты.
- Вы позволите держать вас в курсе наших дальнейших планов?
- Возможно, мы найдём равноинтересный для нас вариант?

Закрытый вопрос
Косвенные вопросы, подводящие к положительному решению проблемы
Гипотеза
Альтернатива
Заготавливается заранее
Никогда не заканчивать беседу на слове «нет»

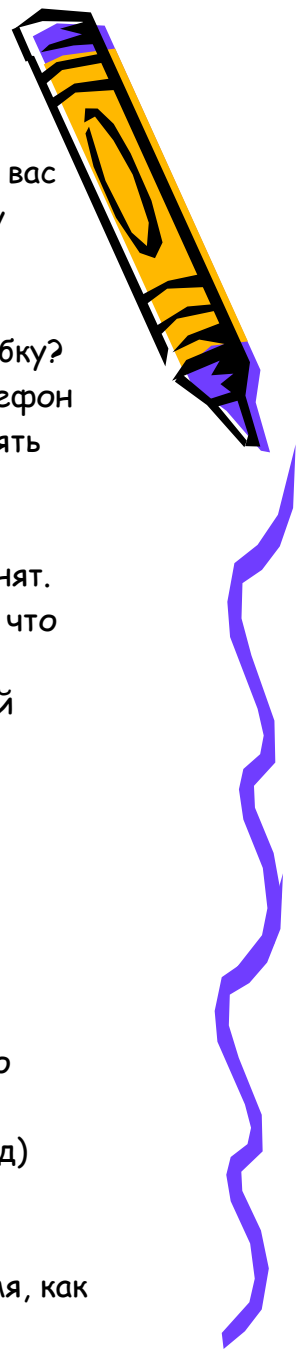


Как вести деловые телефонные переговоры



- Правило 1: Если даже инициатива в разговоре принадлежит собеседнику, не храните молчание, поддерживайте разговор. У собеседника не должно возникнуть впечатления, что вас разъединили или вы им пренебрегаете.
-
-
-
- Правило 2: Будьте корректны и вежливы в любой ситуации. Даже в ситуации непримиримого спора и ссоры не опускайтесь до уровня брани по принципу: кто кого перекричит.
-
-
- Правило 3: Телефонную трубку первой снимает секретарша. Это экономит ваше время.
-
- Правило 4: Если вам настойчиво звонят, а вы очень заняты, лучше снять трубку и сказать об этом или отключить на это время телефон.
-
-
- Правило 5: Если у вас посетитель, а в это время звонит телефон, предпочтение отдается человеку, а не телефону.
-
-
- Правило 6: Приучайте себя и своих собеседников экономить телефонное время.
-
- Правило 7: Рядом с телефоном всегда имейте ручку, карандаш, телефонный справочник.
-
-





- Ситуации для обсуждения:

- **Ситуация 1:** Кому снимать трубку? Представим, что у вас в отделе есть секретарша, а у вас отдельный кабинет и параллельный телефон. Кто должен снимать трубку первым?

- **Ситуация 2:** Вы очень заняты, а вам звонят. Возникает проблема: брать или не брать трубку? У вас срочная работа, а телефон постоянно отвлекает вас. Более того, телефон звонит почти непрерывно, кто-то упорно добивается вас, а вам некогда снять трубку?

- **Ситуация 3:** У вас в кабинете посетители. Идет деловой разговор, а вам в это время звонят. Как быть? Кому отдать предпочтение - телефону или посетителю? Ясно, что если вы снимете трубку, то вы проявите неуважение к посетителю. Но с другой стороны, иногда это может быть очень важный звонок.

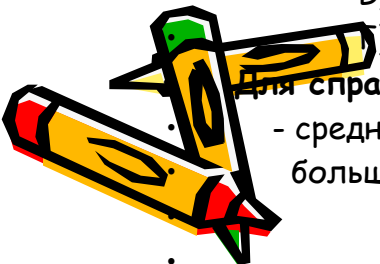
- **Ситуация 4:** Ваш собеседник по телефону весьма словоохотлив и затягивает разговор. Вы очень спешите. Как быть?

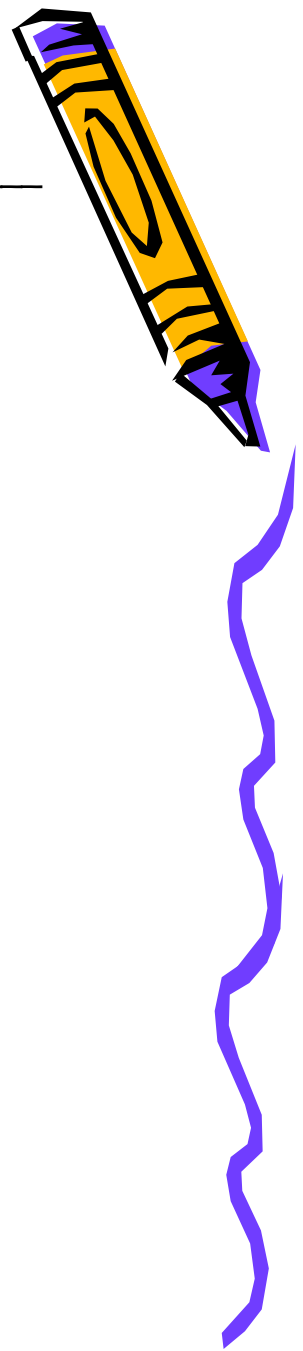
- **Композиция делового разговора:**

- А) взаимное приветствие и представление (15-20 секунд);
- Б) вводное разъяснение того, о чем пойдет речь, какова суть проблемы делового разговора (40 - 50 секунд);
- В) обмен мнениями, обсуждение проблемы и способ её решения (60 - 100 секунд)
- Г) завершение беседы (15 - 20 секунд)

- Для справки:

- - средняя продолжительность деловых телефонных разговоров 5 - 6 минут. В то время, как большинство разговоров могут уложиться в 3 -4 минуты.





- РЕЗЮМЕ

-

- Ф.И.О. _____

-

-

- Дата рождения:

- Адрес:

- Телефон (домашний):

- (мобильный):

- Электронный адрес:

- Семейное положение:

- Образование:

- Цель:

- Опыт работы:

- *

- *

- *

- *

- *

- *

- Профессиональные навыки:

- Иностранный язык:

-

- Знание компьютера:

- Личные качества:

-



- Ученик:

- _____
число

Подпись

ЭТАПЫ СОЗДАНИЯ РЕЗЮМЕ

Начало

СТИЛЬ (стандартный, современный, изысканный)

ТИП (обычное, хронологическое, функциональное профессиональное)

АДРЕС

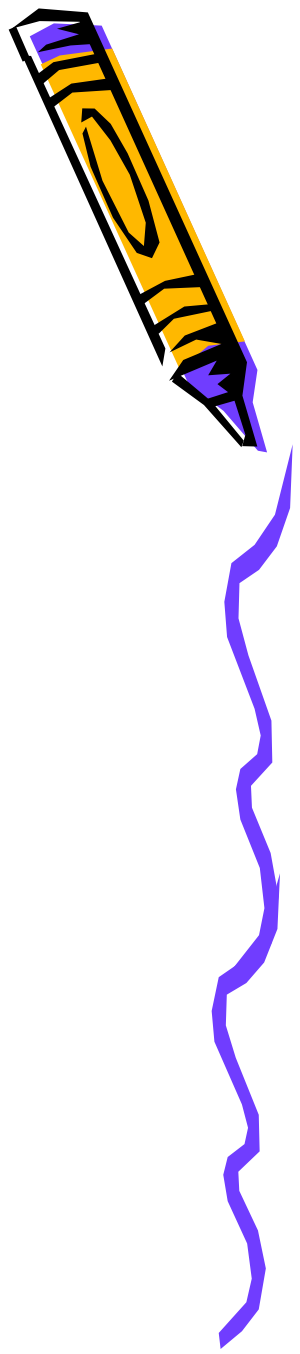
СВЕДЕНИЯ О СЕБЕ

СТАНДАРТНЫЕ ПУНКТЫ

ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ПУНКТЫ

ДОБАВЛЕНИЯ

Конец



Успешная карьера - это
здорово!

