

Учреждение образования
«Белорусский государственный университет культуры и искусств»

Факультет информационно-документных коммуникаций
Кафедра иностранных языков

СОГЛАСОВАНО
Заведующий кафедрой
_____ М.И. Кусков
_____ 2017 г.

СОГЛАСОВАНО
Декан факультета
_____ Н.А. Яцевич
_____ 2017 г.

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЙ КОМПЛЕКС
ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ

**ПРАКТИКА ВЕДЕНИЯ ПЕРЕГОВОРОВ НА ИНОСТРАННОМ
ЯЗЫКЕ**

для специальности 1-21 04 01 Культурология (по направлениям),
направления специальности 1-21 04 01-02 Культурология (прикладная),
специализаций 1-21 04 01-02 02 Менеджмент международных
культурных связей
и 1-21 04 01-02 03 Менеджмент рекламы и общественных связей
первой ступени высшего образования университета

Составители:
М.И. Кусков, С.Г. Безмен, О.И.Боровик, Н.В. Лещенко, Д.Б.Попова

Рассмотрено и утверждено
на заседании Совета университета 17.11.2017 г.
Протокол № 3

Составители:

Кусков М.И., зав. кафедрой иностранных языков УО «Белорусский государственный университет культуры и искусств», к.филол.н., доцент;

Безмен С.Г., старший преподаватель кафедры иностранных языков УО «Белорусский государственный университет культуры и искусств»;

Боровик О.И., старший преподаватель кафедры иностранных языков УО «Белорусский государственный университет культуры и искусств»;

Леценко Н.В., старший преподаватель кафедры иностранных языков УО «Белорусский государственный университет культуры и искусств»;

Попова Д.Б., преподаватель кафедры иностранных языков УО «Белорусский государственный университет культуры и искусств».

Рецензенты:

Слепович В.С., зав. кафедрой делового английского языка УО «Белорусский государственный экономический университет», кандидат филологических наук, доцент;

Поздняков А.В., доцент кафедры менеджмента социокультурной деятельности УО «Белорусский государственный университет культуры и искусств», кандидат исторических наук, доцент

Рассмотрен и рекомендован к утверждению:

*Кафедрой иностранных языков
(протокол от 6.10.2017 № 3);*

*Советом факультета информационно-документных коммуникаций
(протокол от 31.10.2017 № 2)*

СОДЕРЖАНИЕ

1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА.....	4
2. ПРАКТИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ.....	7
2.1. Содержание учебного материала.....	7
2.2. Учебно-методические карты.....	9
2.3. Учебные тексты.....	11
3. РАЗДЕЛ КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ.....	55
3.1. Методические рекомендации по организации самостоятельной работы студентов.....	55
3.2. Перечень заданий УСР.....	57
3.3. Перечень средств диагностики.....	58
3.4. Тренировочные контрольные работы.....	59
3.5. Критерии оценки на зачете по дисциплине «Практика ведения переговоров на иностранном языке».....	69
3.6. Требования, предъявляемые при прохождении текущей аттестации.....	70
3.7. Содержание зачёта.....	71
4. ВСПОМОГАТЕЛЬНЫЙ РАЗДЕЛ.....	73
4.1. Основная и дополнительная литература.....	73
4.2. Компьютерные средства обучения.....	75

1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Электронный учебно-методический комплекс по учебной дисциплине «Практика ведения переговоров на иностранном языке» составлен на основе образовательного стандарта высшего образования ОСВО 1-21 04-01-2013, учебного плана учреждения высшего образования по направлению специальности, учебной программы «Практика ведения переговоров на иностранном языке» (Регистрационный № УД-371/ баз.). Учебно-методический комплекс предназначен для студентов очной и заочной формы получения высшего образования по специальности 1-21 04 01 Культурология (по направлениям), а также преподавателей кафедры иностранных языков БГУКИ, с целью проведения, как аудиторных практических занятий, так и организации самостоятельной работы студентов.

Учебная дисциплина «Практика ведения переговоров на иностранном языке» направлена на изучение иноязычной культуры, основ делового общения, правил и технологий ведения переговоров в процессе межкультурной коммуникации.

Цель данной дисциплины – формирование у студентов основных навыков ведения переговоров на иностранном языке в сфере делового общения, обеспечивающих высокий уровень профессиональной компетенции специалиста.

Целевая направленность учебной дисциплины определяет решение следующих *задач*:

- сформировать целостную систему знаний о структуре переговорного процесса, основных стилях ведения переговоров, тактиках поведения при ведении переговоров;
- развить навыки устной и письменной речи на иностранном языке в сфере делового общения, обеспечивающие основные познавательные-коммуникативные потребности студентов;
- приобщить студентов к культурным ценностям и нормам речевого поведения народов-носителей иностранного языка;
- развить у студентов способность установления эффективного взаимодействия с зарубежными партнерами в сфере международных культурных связей.

В программе предусмотрена актуализация межпредметных связей с дисциплинами «Иностранный язык», «Менеджмент и маркетинг в сфере культуры», «Практика международных культурных связей», «Менеджмент в сфере культуры за рубежом» и «Профессиональные коммуникации».

Содержание учебной дисциплины направлено на формирование академических, социальных и профессиональных компетенций.

В результате изучения дисциплины студенты должны *знать*:

- основные характеристики и структуру переговорного процесса на иностранном языке;
- стили ведения деловых переговоров, тактические приемы при ведении переговоров в разных стилях;
- этапы и методы подготовки к деловым переговорам;
- методы воздействия на партнера в переговорном процессе;
- основные приемы решения проблем и принятия решений в процессе переговоров;

• социокультурные нормы деловых отношений и правила речевого этикета, которые позволяют специалисту эффективно использовать иностранный язык как средство общения в современном поликультурном мире.

Студенты должны *уметь*:

- осуществлять общение социокультурного и профессионального характера на иностранном языке;
- правильно выбирать коммуникативные стратегии при общении с представителями различных культур в ходе совещаний, дискуссий, переговоров;
- применять в речи лексику, используемую в деловых переговорах;
- распознавать и учитывать этнокультурные стили ведения переговоров;
- использовать эффективные приемы убеждающего воздействия с учетом индивидуальных особенностей оппонента;
- распознавать манипулятивные тактики и приемы в процессе взаимодействия и противостоять им.

Студенты должны *владеть*:

- навыками подготовки к результативным переговорам на иностранном языке;
- приемами организации деловых переговоров и навыками ведения дискуссии по теме/проблеме;
- средствами диагностики стиля ведения переговоров собеседника и выбора конкретных тактических приемов для достижения результата;
- аргументированно представлять свою точку зрения по теме переговорного процесса, делать выводы.

Для того чтобы студенты приобрели указанные выше знания и навыки, в процессе аудиторных занятий следует использовать активные и проблемные методы и технологии обучения, такие как case-study, дискуссия в малой группе, выступление с презентацией и др.

В числе эффективных *методов обучения*, способствующих вовлечению студентов в поиск и управление знаниями, приобретению опыта самостоятельного решения разнообразных задач, следует выделить:

- элементы учебно-исследовательской деятельности в рамках творческого подхода, реализуемые на практических занятиях;
- коммуникативные технологии (тематическая дискуссия, «мозговой штурм», деловые игры и др.).

В практическом разделе УМК представлены: содержание учебного материала; учебно-методические карты дисциплины (английский, немецкий и французский языки); учебные тексты и диалоги (по каждому языку отдельно).

Раздел УМК, посвященный контролю знаний, содержит методические рекомендации по организации самостоятельной работы студентов; перечень заданий УСР; перечень средств диагностики; тренировочные контрольные работы (по каждому языку); критерии оценки различных видов речевой деятельности на зачете; требования, предъявляемые при прохождении текущей аттестации; содержание итогового зачёта.

Вспомогательный раздел УМК включает в себя список основной и дополнительной литературы, перечень электронных образовательных ресурсов, электронные словари, компьютерные средства обучения по каждому из четырех изучаемых языков.

Учебным планом по дисциплине «Практика ведения переговоров на иностранном языке» всего предусмотрено 62 часа, из которых 28 часов являются аудиторными практическими занятиями.

Рекомендованная форма контроля – зачёт.

Курс предполагает следующие формы занятий:

аудиторные групповые занятия под руководством преподавателя;

обязательная самостоятельная работа студента по заданию преподавателя (выполнение текущих учебных заданий во внеурочное время);

индивидуальная самостоятельная работа студента под руководством преподавателя.

РЕПОЗИТОРИЙ БГУКИ

2. ПРАКТИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ

2.1. Содержание учебного материала

Отбор и содержание учебного материала обуславливаются целью и задачами обучения. Его уровень должен быть достаточным для того, чтобы тот или иной вид речевой деятельности мог функционировать и обеспечивать достижение студентом соответствующей коммуникативной компетенции.

Введение

Значение дисциплины «Практика ведения переговоров на иностранном языке» в процессе подготовки специалистов в области межкультурных коммуникаций. Предмет, задачи, структура и содержание учебной дисциплины. Роль и место дисциплины в системе культурологического образования. Источниковедческая база.

Тема 1. Общая характеристика переговорного процесса

Основные функции, классификация и проблемное поле переговоров. Характеристика основных фаз переговоров. Требования к формулировке позиции участников переговоров.

Тема 2. Подготовка к переговорам

Планирование переговорного процесса и постановка целей. Информационная подготовка. Методы подготовки к переговорам. Бизнес-этикет при подготовке к переговорам. Обсуждение процедуры и регламента. Согласование повестки дня. Составление необходимых документов и подготовка материалов.

Тема 3. Переговорные стили

Понятие о стратегии и тактике ведения переговоров. Различные стили ведения переговоров и их особенности. Сущность и условия применения ультимативной тактики. Позиционное и психологическое давление. Основные правила ведения принципиальных переговоров.

Тема 4. Технология переговорного процесса

Получение информации в переговорном процессе. Причины неадекватного восприятия и искажения информации. Приемы эффективного слушания. Приемы, стимулирующие общение в переговорном процессе. Виды и функции вопросов для более точного сбора информации. Техника постановки вопросов. Особенности проведения переговоров по телефону.

Тема 5. Методы воздействия в переговорном процессе

Убеждающее воздействие в переговорном процессе. Техника и тактика аргументирования. Нейтрализация замечаний и возражений. Понятие манипуляции, психологические механизмы манипулятивного воздействия на переговорах и противостояние им.

Тема 6. Переговорный процесс как решение проблем

Интересы сторон и критерии постановки целей в переговорном процессе. Анализ собственной позиции и целей партнера по переговорам. Выработка вариантов решения проблем на переговорах.

Тема 7. Психология принятия решений в переговорном процессе

Принципы и стили принятия решений. Социально-психологические установки участников переговоров. Технологии принятия индивидуальных и коллективных решений.

Тема 8. Завершение переговоров

Подведение итогов переговоров. Завершение обсуждения и фиксация договоренностей, обеспечение гарантий. Анализ эффективности переговоров. Практические результаты переговорного процесса. Оценка деятельности партнера по переговорам.

РЕПОЗИТОРИЙ БГУКИ

2.2. Учебно-методические карты

Учебно-методическая карта общеобразовательной дисциплины «Иностранный язык (английский)»

Номер раздела темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов	Формы контроля знаний
		Практические занятия	
1	2	3	5
1.	Introduction. Cultural diversity and socializing	2	oral speech
2.	Building a relationship. Welcoming visitors.	2	oral speech, test
3.	Small talk: keeping the conversation going.	2	simulation
4.	Telephone communication. Taking and leaving messages.	2	simulation
5.	Presentation technique and preparation	2	oral speech
6.	Structure of the presentation. Holding the audience attention.	2	presentation
7.	Working for a company. Job interview.	2	role-play
8.	Making meetings effective. Chairing a meeting.	2	oral speech
9.	Decision making. Stating and asking for opinion.	2	oral speech, test
10.	Negotiations: positions and interests.	2	oral speech
11.	Questioning and clarifying.	2	oral speech
12.	Negotiations: bargaining and making concessions.	2	discussion
13.	Dealing with a conflict.	2	oral speech
14.	Clinching a deal. Types of a negotiator	2	role-play
		28	

Учебно-методическая карта общеобразовательной дисциплины «Иностранный язык (немецкий)»

Номер раздела темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов	Формы контроля знаний
		Практические занятия	
1	2	3	5
1.	Einführung. Kulturelle Unterschiede	2	Diskussion
2.	Kontakte knüpfen.	2	Diskussion, Test
3.	Gesprächseröffnung und -führung.	2	Dialoge in der Situation
4.	Telefongespräch: Redemittel.	2	Dialoge in der

			Situation
5.	Präsentation. Vorbereitung und Vorstellung.	2	Diskussion
6.	Struktur der Präsentation.	2	Präsentation
7.	Vorstellungsgespräch: Redemittel.	2	Dialoge in der Situation
8.	Geschäftstreffen effektiv organisieren.	2	Diskussion
9.	Entscheidungen richtig treffen.	2	Diskussion, Test
10.	Verhandlungsprozess: Positionen und Interessen	2	Diskussion
11.	Fragen richtig stellen	2	Diskussion
12.	Verhandlungsprozess: Zusammenfassung.	2	Mündliche Umfrage
13.	Konflikte bei den Verhandlungen.	2	Diskussion
14.	Praktische Hinweise zu den erfolgreichen Verhandlungen.	2	Dialoge in der Situation
		28	

**Учебно-методическая карта общеобразовательной дисциплины
«Иностранный язык (французский)»**

Номер раздела, темы	Тема занятий	Количество аудиторных часов	Формы контроля
1	2	3	5
1.	Soyez les bienvenus!	2	
2.	Articles. Verbes des I, II, III groupes. Verbes pronominaux. Structure de la phrase, types de questions. Groupements de mots.	2	Réponse orale.
3.	A l'aéroport. En voiture. Au bureau.	2	Réponse orale.
4.	En mission d'affaire	2	Réponse orale.
5.	Temps immédiats. Noms de nombre. Négation.	2	Réponse orale.
6.	Arrivée. Le contrôle des passeports. La douane.	2	Réponse orale.
7.	Pronoms. Adjectifs. Adverbes.	2	Réponse orale.
8.	Au bureau d'une compagnie française	2	Réponse orale.
9.	Formes d'entreprises. Types de sociétés. Lettres d'offre.	2	Réponse orale.
10.	Passé Simple. Plus-que-parfait. Conditionnel.	2	Réponse orale.
11.	Le contrat	2	Réponse orale.
12.	Forme passive. Participes. Adjectif verbal. Gérondif.	2	Réponse orale.
13.	Commerce. Artisanat.	2	Réponse orale.
14.	Révision. Dialogues sur les situations étudiées.	2	Réponse orale.

2.3. Учебные тексты

Английский язык

Text 1

Building a relationship. Cross-cultural understanding. Eye contact.

In many Western societies, including the United States, a person who does not maintain “good eye contact” is regarded as being suspicious, or a “shifty” character. Americans unconsciously associate people who avoid eye contact as unfriendly, insecure, untrustworthy, inattentive and impersonal. However, in contrast, Japanese children are taught in school to direct their gaze at the region of their teacher’s Adam’s apple or tie knot, and, as adults, Japanese lower their eyes when speaking to a superior, a gesture of respect.

Latin American cultures, as well as some African cultures, such as Nigeria, have longer looking time, but prolonged eye contact from an individual of lower status is considered disrespectful. In the US it is considered rude to stare – regardless of who is looking at whom. In contrast, the polite Englishman is taught to pay strict attention to a speaker, to listen carefully, and to blink his eyes to let the speaker know he or she has been understood as well as heard. Americans signal interest and comprehension by bobbing their heads or grunting.

A widening of the eyes can also be interpreted differently, depending on circumstances and culture. Take, for instance, the case of an American and a Chinese discussing the terms of a proposed contract. Regardless of the language in which the proposed contract is carried out, the US negotiator may interpret a Chinese person’s widened eyes as an expression of astonishment instead of as a danger signal (its true meaning) of politely expressed anger.

Text 2

Pleased to meet you

Sam: Hello, I don’t think we’ve met. Sam Eriks.

Victor: Victor Tang. Pleased to meet you.

Sam: What company are you from Mr. Tang? / (Which company do you represent/ What’s your line of business?)

Victor: Ocean Wide. I am the sales representative for this region.

Sam: Ah, yes, I know your company. Your business is expanding very rapidly at the moment.

Victor: Yes, we’re doing quite well. And yourself, who do you work for?

Sam: Actually, I work for myself. I’m the C.E.O. of a small export and packaging company. We specialize in seafood.

Victor: It’s a growing market.

Sam: Yes, but a very competitive one, Mr. Tang.

Victor: Please, call me Victor.

Sam: Sam. Victor, let me introduce you to someone.

Lin, this is Victor Tang. He is the regional rep. for Ocean Wide.

This is Lin Chan, my sales manager.

Lin: How do you do, Mr. Tang.

Victor: How do you do. Nice to meet you, Ms. Chan.

Text 3
Getting acquainted (ice breakers, small talk)

Sue: Excuse me, is anyone sitting here?

Walter: No, please have a seat.

Sue: That's better. My feet are killing me.

Walter: Have you been here long?

Sue: No, I just flew in this morning and I haven't had a chance to sit down since then.

Walter: Oh, where have you come from?

Sue: From Manila.

Walter: Is this your first visit to Australia?

Sue: No, I have been once before, but it was a long time ago.

Walter: And have you been to Sydney before?

Sue: No, it's an amazing city!

Walter: Yes, it has its points. But you're lucky to live in Manila! It's a fascinating city!

Sue: What about yourself? Do you live in Sydney?

Walter: No, I live in Melbourne. I am just here for the conference.

Sue: I'm going to Melbourne later. What's the weather like there?

Walter: Not too good in winter. But at the moment it should be okay.

Pause...-So, how's your hotel?

Sue: It's good, very convenient, just near the harbor.

Walter: Have you seen the Opera House yet?

Sue: Yes, we've flown right over it.

Walter: Excuse me, there is someone I must talk to. It's been very nice to meet you. I'm Walter, by the way.

Sue: You too. I'm Sue. Perhaps, we'll meet later.

Walter: I hope so.

Text 4
Phone calls

-Wilson & Wilson. Can I help you? (*How can I help you?*)

- Yes. This is Lin Chan (*name*) from Acme Appliances (*company*). I'd like to speak to Mr. Wilson if he is available please?

- I'll see if he's available. Hold the line please.

{*To Mr. Wilson-* It's Lin Chan from Acme Appliances}

I'm sorry; Mr. Wilson is in a meeting at the moment. May I take a message?

- Yes, could you ask him to phone me please? My phone number is 2311 (*double one*) 5654.

- I'm sorry. I didn't catch your name.

- Lin Chan. Acme Appliances

- Could you spell it, please?

-Yes L-I-N C-H-A-N)

-I'll check the number. 23115654.

-That's right.

- I'll pass that message on. Thank you.

- Thanks. Bye.

.....

- Acme Appliances. Lin Chan speaking.

- This is Tom Wilson returning your call.

- Ah, yes, Mr. Wilson. Thank you for calling back! I wanted to set up a meeting with you to discuss your requirements for next year.

- Yes, certainly. How about Thursday at 2:30?

- That would be fine.

- Okay, I look forward to seeing you then.

- Thursday 2:30. See you then.

- Good bye!

Text 5 Socializing

Sam: Look, we're having a small dinner for some of our clients and friends after this. Why don't you join us?

{Perhaps you could join us/ It would be great if you could join us/ Would you like to join us?}

Victor: That's very kind of you. *{Thank you/ That sounds good}*

I'll just check with my associate whether they have other arrangements for us.

Sam: Yes, would you like to join us?

Walter (Victor's associate): Unfortunately I have another engagement but thank you for the invitation. *{I'm afraid I have another commitment/ I can't I'm sorry. Perhaps another time?}*

Sam: Well, perhaps you could join us after that for a drink? *{Perhaps you could join us later/ Perhaps you'd be interested in meeting us for breakfast / Perhaps we could meet later in the week?}*

Walter: Sounds great! I'll be happy to. *{Sounds good, I'd love to}* Where shall we meet?

Sam: How about the lounge bar here? At about ten?

Walter: I'll see you then.

Sam: Lin, Victor is joining us for dinner.

Lin: Oh, wonderful!

Victor: I hope you don't mind.

Lin: Of course, not you're most welcome!

Sam: Well, shall we make a move?

Lin: Would you mind if I just say goodbye to a few people?

Sam: No problem- we'll see you outside in a few minutes.

Lin: Okay.

Text 6 10 Most Common Presentation Mistakes

1. Lack of Preparation

Too often a good presentation is ruined because the speaker has not taken the time to prepare. Preparation involves attention to both the personal and professional aspects of the presentation. Personal elements include body language, voice, and appearance. Professional

aspects include researching the subject, organizing the content, and preparing the visuals. So, whether your presentation lasts for five minutes, five hours, or five days, you owe it to yourself and your audience to prepare thoroughly.

2. Poor Use of Visuals

Visuals should enhance your presentation, not detract from it. Most business people around the world today have learned how to use PowerPoint technically, but not professionally. Slides are overcrowded, unattractive, and inconsistent. They are loaded with lengthy, unnecessary words, written in sentences, instead of bullets. They include detailed information that should be provided to participants in the form of handouts. They underutilize the power of images. By taking the time to learn how to create powerful visuals, you will have a creative edge over the competition.

3. Inappropriate Humor

Off-color jokes could doom your presentation, because you are taking the risk of offending someone in the audience. Humor is culture-sensitive. What is considered funny in one part of the world may be considered private and taboo in another. So, avoid using humor in professional presentations, and consider other ways of breaking the ice and establishing rapport with your audience members.

4. Inappropriate Dress

The best advice is to dress conservatively so that the audience can pay attention to what you are saying, not what you are wearing. In your private life, feel free to express your individuality. In professional arenas, it can be disastrous to show your true colors. Like it or not, professionals around the world expect to see you dressed a certain way. It is best not to surprise them; otherwise they will be concentrating on your unusual appearance instead of your worthwhile message. Women in particular should be extra careful to present a professional appearance, and stay away from low necklines, short skirts, jangly jewelry, wacky hairstyles, and flashy colors.

5. Not Knowing the Audience

Find out the size and demographics of your audience beforehand. What are the ranks and positions of the people who will be attending? Who are the decision-makers? How much knowledge do they have of the subject you will be presenting? What is their native language? What other cultural expectations or protocol should you be aware of? By considering such factors beforehand, you increase the effectiveness of your presentation dramatically.

6. Non-Functioning Equipment

Since so much of our business world is dependent on technology, always check your equipment beforehand. There is nothing more frustrating than malfunctioning equipment, which can cause unnecessary delays and frustration. One solution is to have a printout of your visuals for yourself. That way, you will have the necessary information you need to deliver a presentation, even if you do not have the necessary equipment. If you solve the problem in this way, you will also gain the empathy and appreciation of the audience, who may have been in your shoes at some point in their own professional careers.

7. Starting or Ending a Presentation Late

Like you, the members of the audience have time restrictions. Respect them. In the United States and Canada, the mark of a professional is one who starts and finishes the presentation on time. However, time is viewed differently in eastern and western cultures. When traveling or presenting in an international context, consult a local partner or colleague to find out

what is considered “normal”, even if it seems strange or differs from your own practices back home.

8. Using a Monotone Voice

Your voice is the primary means of communicating with your audience. No matter how interesting your material, if you speak in a monotone voice, you will lose your audience. An effective voice should be vital, audible, and clear. Of course, voice will be affected by age, gender, physiology, health, motivation, and past experience. Nevertheless, people of all kinds can learn how to make their voices more effective by learning about voice production, breathing techniques, vocal exercises and voice care. If necessary, work with a voice coach to learn how to improve your voice.

9. Too Much Material in Too Short a Time

If you have too much material, cut back or cut out. It is annoying and pointless for a speaker to try to rush through a presentation. If you have strict time restraints, be selective about what information to include. Pass on extra information in the handouts. Remove a number of detailed slides and keep only the most basic ones. Allow for the fact that you may have less time available to make your presentation due to interruptions, malfunctions, delays or other circumstances. By restricting the information flow, you will have a greater impact on your audience. They will remember more and be in a better position to speak to their superiors or take action on your recommendations.

10. Not Clarifying the Topic

Make sure you know clearly what you are expected to speak about. Second, don't assume the audience knows what you are going to speak about. To avoid confusion, always include information about the topic of your presentation in your introduction. Get into the habit of saying, “Today, I'll be explaining...” or “My presentation today will show...” Do this without exception. Some members of your audience may also be global learners, who need to know the destination before they can follow along the detailed path of your presentation.

Text 7

Eight Common English Job Interview Questions and How to Answer Them Well

1. Tell me about yourself. After greeting, shaking hands and introducing yourself, the next thing that interviewers are probably going to ask you to do is to talk about yourself. Now, this might seem easy for you – you've practiced it in your English class so much, but they don't want to hear every single detail. Avoid saying something like: *I was born in Minsk. I love playing the computer and surfing the net. or I have two sisters.* They don't want to know everything about you. They want to know about you and your career growth; they want to know about you related to the job you're applying for.

Also, make sure you don't use any informal slang or make any basic grammar mistakes. For example: *I've been working as a chef at a small Italian restaurant for 2 years and my duties included assisting the head chef and preparing salads. I have always been interested in food and cooking which was why I chose to follow this career path. I studied at college, where I gained my first level cooking diploma.*

2. What are your strengths?

When your interviewer asks you this question, they want to know all your positive qualities. These positive qualities need to relate to what they want and are looking for.

So before you head into your interview, make sure you do your research as to what kind of person suits this job, especially if you're a newbie (new) and entering the workforce for the first time. Treat this question as a chance to advertise yourself – you are the product, now market yourself. The thing to remember here is not to just list a number of adjectives (anyone can do this). Instead, use examples to support your point. For example, you could answer with any of the following:

To be punctual – to be on time.

I'm a punctual person. I always arrive early and complete my work on time. My previous job had a lot of deadlines (time when you must finish something by) and I made sure that I was organized and adhered to (respected) all my jobs.

To be a team-player – to work well with others. *I consider myself to be a team-player. I like to work with other people and I find that it's much easier to achieve something when everyone works together and communicates well.*

To be ambitious – to have goals. *I'm ambitious. I have always set myself goals and it motivates me to work hard. I have achieved my goals so far with my training, education and work experience and now I am looking for ways to improve myself and grow.*

To take initiative – to do something without having to be told to do it. *When I work, I always take initiative. If I see something that needs doing, I don't wait for instruction, I do it. I believe that to be get anywhere in life, you need this quality.*

To be proactive – to do things and make them happen. *I'm proactive. When I think about things, I do them. I like to see results and it's important in this industry to be proactive and responsible for your own actions.*

To keep your cool – to stay calm in all kinds of situations. *I think it's really important to be able to stay calm when you're working as a reporter. It can get really stressful, but one of my greatest qualities is that I can keep my cool and I don't allow the pressure to get to me, which helps me achieve all my goals and remain focused.* Here are a number of other words that can help you answer this question: focused (adj) – to concentrate well, confident (adj) – not shy, problem-solver (N) – can find answers to problems easily, team building skills (n) – you're able to take the lead and be the leader of the group, negotiate (v) – to be able to get a better deal that is favorable to you, to have a good work ethic (v) – to work hard, follow the rules and respect your duties of the job.

REMEMBER: It's really important that you give good, solid answers and back them up with evidence otherwise it's just going to sound like you've memorized what you're saying. Some companies won't directly ask you what your strengths are, they could ask the same thing, but using different words, such as:

- *Why do you think we should hire you?*
- *Why do you think you're the best person for this job?*
- *What can you offer us?*
- *What makes you a good fit for our company?*

3. What are your weaknesses?

What? I don't have any weaknesses! Of course you do – no one's perfect. Everyone has weaknesses, but what they're checking for here is how you try to fix your weaknesses and they also want to know how self-aware (how much you know about yourself) you are.

Another trick here is to turn those weaker qualities into positive qualities. For example, your weakness is that you spend too much time on projects which makes you work slower. Turn

that into a positive by saying: *I sometimes am slower in completing my tasks compared to others because I really want to get things right. I will double or sometimes triple-check documents and files to make sure everything is accurate (correct).*

Another great trick is to talk about a weakness (like being disorganized) and mention some methods that you are using to help overcome this: e.g. *I have created a time-management system, which allows me to list all my duties and organize my deadlines so I have a clearer idea of what I need to do.*

4. Why did you leave your last job?

If you're applying for your first job, this question is not for you.

However, if you've worked before, the interviewer wants to find out why you left your old job. Did you leave because you were fired? (Your old boss asked you to leave for doing something wrong). Did you quit? (Resign – did you choose to stop working?) Or were you laid off? (Made redundant – no longer needed because the job is no longer available?)

If you chose to leave your old job, avoid saying anything negative about your old workplace or boss (even if this is true). The person or people interviewing you will just look at you in a negative way. You can say the following:

- *I'm looking for new challenges.*
- *I feel I wasn't able to show my talents.*
- *I'm looking for a job that suits my qualifications.*
- *I'm looking for a job where I can grow with the company.*

5. Tell us about your education

Here they want to know everything you've studied related to the job. For example your training and further education (e.g. university, polytechnic, college). You don't need to tell them everything you've done since elementary school, just the important things.

Your: Degrees – 3-4 year qualification from university/college.

Diploma – A short-term qualification (e.g. 1 year) from college/university/polytechnic.

Certificate – A piece of paper showing your participation in a course. NB: Make sure you take all the necessary documents with you, as they may need proof!

If they ask you the question: tell us about your scholastic record, they want to know what kind of grades you received.

6. Where do you see yourself 5 years from now?

Here, they are asking about your goals. Again, it's related to your career, not your personal life. So if having a family is on the list, don't mention it. Be careful what you say here, you need to be ambitious, but NOT too ambitious as those interviewing you may see you as a threat (competition). You can mention: *By then I will have...I would have liked to...*

- *Improved my skills*
- *Created more of a name for myself in the industry (become more known for what you do).*
- *Become more independent in what I do and productive (doing more).*
- *Enhanced (improved) my knowledge.*
- *Achieved a higher position.*
- *Become a team leader...*

7. What kind of salary do you expect?

Here, they are asking you about how much money you would expect to earn from the job. Be reasonable. Make sure you do your research on the internet about what the average salary is.

Do not say: *I don't know, it makes you sound unsure. Be confident and name your price without selling yourself too short (going for less) or going too high.* The truth of the matter is, they already have a salary in mind, but this is their way of checking if you know the industry and if you're aware of your own skills.

8. Do you have any questions for me / us?

Yes, you do! This is how an interviewer will usually finish the interview. They are not just being polite – they want you to speak.

Remember, they're still judging you as you answer this question. So don't ask anything that will make you sound silly, such as *what kind of work does your company do?* Or *how much vacation time do I get each year?* You want to find out more, and if you don't ask any questions, then they may view this as you being not very interested in the job. Ask questions like:

- *Do you have any examples of projects that I would be working on if I were to be offered the job?* This shows that you're interested in the actual job and not just being employed.
- *What is the typical day for this position (job)?* Find out what kind of duties are involved and what kind of things you would be expected to do on a day-to-day basis.
- *Does the company offer in-house training to staff?* This shows your interest in not only getting the job, but also wanting to improve and grow.
- *What is the next step?* Here, this is a way of asking what is next in the interview process. They will tell you how many days it will take to make their decision and will inform you if you need to come back for a second interview.

Job interviews don't have to be scary. Remember first impressions count, think before you speak, and show your great English skills and give awesome answers to win that job.

Text 8 Negotiation Process

- 1. Always try to negotiate for at least 15 minutes.** Generally, the size or seriousness of the negotiation determines the amount of time needed to negotiate it. Setting a time limit is a good idea. Approximately 90 % of negotiations get settled in the last 10% of the discussion.
- 2. Always offer to let the other party speak first.** This is especially important if you are the one making a request for something such as a raise.
- 3. Always respect and listen to what your opponent has to say.** This is important even if he or she does not extend the same courtesy to you. Do your best to remain calm and pleasant even if the other party is displaying frustration or anger.
- 4. Acknowledge what the other party says.** Everyone likes to know that what he says is important. If the other party opens first, use it to your advantage, by paraphrasing what you have heard. Repeat their important ideas before you introduce your own stronger ones.
- 5. Pay attention to your own and your counterpart's body language.** Make sure that you aren't conveying any negative body language.

Text 9

Negotiations – the basics

A. In practice, none of these defensive strategies may be necessary. Most good negotiators understand the importance of creating long-term trust and protecting their reputations, so they'll do their best to keep you happy. This is one reason why used car salesmen aren't as manipulative as we might expect them to be – they have a reputation to build and protect.

B. Good negotiators build strong long-term relationships. In many ways, this is even more important than the traditional 'bargaining' element of negotiations. If you leave the negotiation feeling defeated or cheated, you're not going to want to negotiate with that person again. If you find out later that the other person took advantage of your naivety, again, you're not likely to want to do business with that person. You may even try to get out of the contract you have agreed; in many situations, it is legal and normal to declare a contract null and void if you have been deceived. You're also unlikely to recommend the deceptive negotiator to other friends and colleagues, and you may even go public with the story of your bad experience, which will damage the person's reputation.

C. But if you do find yourself in a negotiation with a professional manipulator, what can you do to protect yourself? The three keys are awareness, preparation and control. Firstly, simply be aware of the situation and its risks. Think very carefully before making any commitments. Secondly, find out as much as you can before the negotiation, especially concerning prices – what price are other people offering for similar products and services? You also need to research your own needs very carefully, including a deep understanding of what you don't need. Thirdly, make sure you don't lose control. Don't be afraid to walk away from a negotiation if you're not sure, and take time to discuss your concerns with friends and colleagues. Of course, the other negotiator may tell you that you can't go away and think about it, that the decision must be made right here, right now. But that's almost always just a bluff. In a high-stakes negotiation with a professional, a rushed decision is almost always a mistake.

D. We all negotiate all the time: with our husbands and wives, with our parents and our children, and with our friends and colleagues: What time do the kids have to go to bed?; Whose turn is it to go to the supermarket?; Can you help me with my presentation? Of course, these situations don't always feel like negotiations, not least because these are all long-term relationships. But they have a lot more in common with professional negotiations than you might think.

E. It's interesting that this assumption doesn't work when buying a souvenir in a tourist resort, where long-term relationships don't exist – one reason why you need to be especially careful in such situations. It also doesn't really work when you're buying or selling your house or flat – the classic one-off sale with huge potential short-term gains for manipulators. Fortunately, most people aren't naturally manipulative; so again, relationship-building is almost always the best approach.

F. On the other hand, the situations that we tend to think of as 'typical negotiations', such as buying a used car, haggling over the price of an overpriced souvenir in a tourist trap, or selling your flat, are much less typical than they seem. These are all one-off negotiations, where there's no time or need to build long-term relationships. In business, almost all negotiations are long-term. Both the used car salesman and the souvenir seller are using sales techniques (or

sometimes manipulation tricks). Of course selling is an important skill in life and business, as is an awareness of the tricks that other people may use. But this isn't really what negotiations are all about.

Text 10

Relationship-building techniques

Match the techniques for building relationships with the explanations:

1. finding things in common,
2. showing an interest,
3. flattery, generosity,
4. gratitude,
5. personal touches.

a. Research has shown that if you give something to another person, they almost always feel obliged to return the favour or even a much bigger favour. Of course, there's a limit: you can't be too cynical and expect someone to knock 10% off their asking price just because you've bought them a nice coffee. But a little genuine kindness can go a long way.

b. There's no doubt that we like people who are like us. In other words, if we can identify with them and understand them as people, not just business machines, we're much more likely to want to do business with them. In practical terms, there are two sides to this technique: one is to ask questions to find out about the other person. But just as importantly, we need to be open about ourselves, to help the other person to understand us too.

c. This can go both ways. Firstly, show that you're treating the other person as an individual, someone special. That means remembering their name, and maybe organizing something based on the likes and dislikes they've expressed. Secondly, show that they're dealing with you as a person, not just your organization. If you're taking them to your favourite restaurant, make sure they understand that it's not just an anonymous place to eat, but something that you've chosen personally, which says something about who you are.

d. Say nice things about the other person or their organization. If that person bought you a meal, tell a third person how nice the meal was and how much you enjoyed the conversation. If you've just arrived in their office, say how nice it is. If you notice a diploma on the wall, ask about it and make sure you sound impressed when they tell you. But whatever you do, make sure you sound convincing – there's nothing worse than false enthusiasm!

e. When the other person is talking about himself / herself, we need to listen carefully and show that we are listening. This means not just making 'listening noises' like 'I see' and 'Really?', but actually being interested in the other person. Remember what they are telling you, so you can bring it up next time you meet (e.g. How's your daughter getting on at university?).

f. Whenever the other person is kind to you, always make sure you say thank-you. It may seem like a tiny detail, and perhaps an obvious one, but in fact it can make all the difference. Just imagine how you'd feel if someone failed to thank you for your own kindness! And when you say thank-you, don't just say 'thank-you'. Tell them how kind they've been and how much you appreciate it.

Text 11

Negotiations: questioning and clarifying

A. In an important business negotiation, it's vital to have a procedure. Of course, you can deviate from that procedure as much as you like as the negotiation progresses. And certainly the most important parts of the negotiation, trading concessions and clinching the deal, are almost impossible to plan. But the earlier stages definitely can be planned, and both sides will benefit if you take the time to do things properly.

B. Firstly, make sure you include time to build relationships with the other party. This is not just about being nice and modern, but it actually makes very good business sense. The negotiation is much more likely to reach a mutually-acceptable conclusion, and you'll also be in a much better position to build a successful long-term partnership once the deal is signed.

C. The next stage is to establish the procedure – unless you've been really well organized and done this via email in advance of your face-to-face meeting. Don't impose your own agenda on the other party, but aim to have at least a simple framework to follow. Even if the other party wants to be flexible and spontaneous, that's up to them. But you need to be aware of the benefits you will gain by keeping everything under control.

D. Then it's time for the first party to present its position. There are advantages and disadvantages to going first. The advantage is that you get to set the agenda – you decide what the main negotiation points are. It's also much easier to prepare if you know you're going first. Unfortunately, it also means you may accidentally give the other party more than they were expecting. For example, the price you say you're willing to pay may be significantly higher than the one they were willing to accept.

E. During the other party's position statement, it's absolutely vital for you to say as little as possible. Very often, if you simply listen in silence, the presenter will do half the negotiating for you! Just let them talk as much as they want, and whatever you do, don't interrupt them – unless it's to tell them to slow down so you can keep notes. Of course, there'll be plenty of things that you'll want to check, so that's why you need to keep those notes as detailed as possible.

F. When they've finished their opening position statement, you finally get your chance to speak, but again, you'll benefit a lot more by asking simple questions and letting them talk some more. The obvious reason for asking questions is to check you've understood everything correctly. But probing questions are also your best way to understand their underlying interests, and to identify room for manoeuvre. Remember: the more they talk, the more they reveal.

G. Just don't be too aggressive in your questioning. If you challenge everything from their opening position statement and make them justify all their demands, you'll find it much harder to trade concessions later. Psychologically, it's much harder to back own once you've justified your position in public, so you may accidentally back them into a corner, with the result that the negotiation will soon reach deadlock.

H. Once you've checked and clarified as much as you can about their position, it's a good idea to repeat the key points back to them, one by one, as a final check. This may actually prompt them to reveal more information or even give some ground. This is also when you can start revealing your own position – initially by responding to the key points the other party made. For example, you can comment on which of their points sound reasonable, which might have some room for compromise, and which look like potential sticking points. But avoid going into

too much detail at this stage – you don't want to start negotiating with yourself, and you've also got your own position to present.

I. This whole procedure is repeated for the second party's position statement: the statement followed by questions and then a final check. At this stage, you'll probably want to take a time-out to talk things over with your team, and review your best strategy for reaching a deal. There's still the main body of the negotiation ahead of you: trading concessions and hopefully clinching the deal, plus all the loose ends to be tied up once you've agreed on the main points. But if you manage the early stages sensibly, those final stages should be much easier and more successful.

Text 12

Negotiations: Clinching the deal

In any negotiation, there may come a point where one or the other party threatens to walk away. This, of course, is bad for both parties: they're both here in order to find a solution. They've both invested plenty of time, effort and money in the negotiation so far: researching it, planning it, taking part in it.

On the other hand, a bad deal is worse than no deal. If you are convinced that you would be better off by walking away, based on your previous research, then you have to be prepared to do that. That's one reason why it can be better to hold the negotiation in their office, or even in neutral territory like a hotel: you can't really walk away if it's your own office!

The same goes for the way you react to the other side's threats: if you'd be better off by letting them walk away, rather than accepting their unacceptable offer, then that's what you have to do. Try not to think in terms of the hours that you have personally invested in the deal, but rather in terms of the overall costs and benefits for your organization. It's better to accept you've wasted a week's work (however difficult it's been for you personally) than to agree to a deal that will cost your organization much more. Your investment in the negotiation could still be a factor in your decision-making, but it shouldn't normally be the most important factor.

Brinksmanship – negotiating through threats to walk away – can sometimes be simply a bluff. If they sense that you need the deal more than they do, they may try using threats to walk away in order to extract concessions from you. They may not actually want to walk away – their threats might be just a bluff. So if you call their bluff and say you'll let them walk away, they may well change their strategy to accommodate you. And even if you calculate that the deal on offer is still better than nothing,

Best Alternative to Negotiated Agreement: remember: you're trying to build a long-term relationship here. If the relationship starts with threats and bluffs, it could be a sign that it will be difficult in the future too.

The point to remember is that negotiations aren't a game. If you're honest about what you need, what you can and can't accept and why you're in the negotiation, there's no need for bluffing and brinksmanship. Tell them that you want to find a solution and do your best to explore creative solutions, but don't be afraid to tell them what you're not prepared to accept. Be firm but patient and positive.

Clinching the deal can be a long, slow process. The trick is to keep a record of what you've agreed, and make absolute sure you both understand exactly what has been agreed. That way you can focus the negotiation on the one or two key variables that remain 'on the table'. Of

course, you can still return to those agreed points if necessary, to put them back on the table in order to resolve those final sticking points. The principle is that everything is on the table until the whole deal has been clinched. And in the end, either there's a deal to be clinched or there isn't.

Once you've both decided that there is a deal to be clinched, there may be all sorts of loose ends to tie up. As long as these really are just loose ends, tiny details which are irrelevant to the main deal, it's usually fine to leave these for later. (But make sure you do resolve them pretty quickly!) But the real problem comes when one party throws a major spanner in the works at the last moment, when you're about to sign the deal. This is a particularly unpleasant trick, as nobody wants to go back to square one, so tired negotiators often capitulate. But a trick it is, and the only sensible way to handle it is to call a time out and plan how to resolve the new complication calmly and logically.

Немецкий язык

Text 1

Deutsche Kulturstandards

Typisch deutsch?

Wenn man diese Frage stellt, bekommt man sehr unterschiedliche Antworten, je nachdem, wem man diese Frage stellt.

Die Deutschen selbst halten sich für zuverlässig, fleißig, pünktlich, eher pessimistisch und nicht allzu humorvoll.

Sieht man sich die Arbeitsweise deutscher Beamter an, kann man zwar Letzteres ohne Zögern bestätigen, aber fleißig? Und die deutschen Schüler, die beim PISA-Test bestenfalls mittelmäßig abschneiden? Ähnlich sieht es mitunter mit der Pünktlichkeit aus. Wenn man sich die kommerziellen deutschen Fernsehsender mit ihren zahllosen Comedy-Sendungen ansieht, bekommt man den Eindruck, dass sich die Deutschen selbst über den primitivsten Witz vor Lachen ausschütten.

Deutschlands Nachbarn halten die Deutschen für gut organisiert, akkurat und leicht pedantisch, wie neuere Umfragen zeigen. Je weiter man geografisch entfernt ist, desto positiver die Meinung. Bei Verwandten gibt es ein ähnliches Phänomen: Diejenigen, die man oft sieht, sind oft die Bösen, die weiter weg Wohnenden werden positiver gesehen.

Für Touristen, die aus den USA oder aus Asien kommen, ist Deutschland immer stark auf Bayern konzentriert: auf Lederhosen, Bier und Bratwurst.

Gibt es einigermaßen objektive Kriterien, um die Eingangsfrage realistischer zu beantworten? Oder sind das alles nur unrealistische Stereotype?

Antwort auf die Frage, was denn einigermaßen typisch für die Mehrheit (beileibe nicht für jeden) ist, also als Trend zu bezeichnen wäre, versucht die Forschung zu Kulturstandards zu finden. Dementsprechend werden beispielsweise folgende weitgehend typische zentrale deutsche Kulturstandards angegeben:

- Sach- und Regelorientierung (Wertschätzung von Strukturen und Regeln)
- Hierarchie- und Autoritätsorientierung
- Zeitplanung

- Pflichterfüllung
- Familienzentrierung
- Trennung von Beruflichem und Privatem
- interpersonale Distanzdifferenzierung
- körperliche Nähe
- Direktheit interpersonaler Kommunikation
- persönliches Eigentum
- traditionelle Differenzierung der Geschlechterrollen
- kontextarme Kommunikation
- Individualismus

Welche dieser Kulturstandards sind für uns als Geschäftspartner von Deutschen besonders wichtig, wie äußern sie sich konkret?

Sachorientierung im beruflichen Kontext

- Die konkrete Aufgabe/Sache/Fakten steht im Vordergrund; darüber werden Beziehungen hergestellt. Daraus entsteht Vertrauen.
- Daraus ergibt sich das Verhältnis zwischen den Beteiligten: Sie begegnen sich auf der Basis ihrer jeweiligen Funktion, Zuständigkeit und Qualifikation.
- Nicht zur Sache gehörige Signale werden nicht wahrgenommen.
- Der Führungsstil ist stark sachorientiert: es zählen Leistung, Daten, Finanzen.
- Experten sind hoch angesehen.
- Eigentum und sachliche Kontrolle spielen eine große Rolle.
- Die Argumentation ist zielstrebig; Schwachstellen werden offen benannt, Emotionen sind weitgehend unter Kontrolle.

Regelorientierung

- Die vielen deutschen Regeln, Vorschriften, Verordnungen, Gesetze, die oftmals die Arbeit erschweren und behindern, werden im Allgemeinen strikt eingehalten. Bei Regelverletzungen erfolgen Sanktionen.
- Ursprüngliche Absicht für diese vielen Regeln ist das Streben nach Risikominimierung, die Absicht, Störungen und Fehler von vornherein auszuschalten.

Zeitplanung

- Konsekutives, langfristiges und genaues Denken und Verhalten wird geschätzt.
- Zeit wird als ein kostbares Gut angesehen, das man nicht vergeuden sollte.
- Termine sollen vor allem im Beruflichen, aber auch in der Freizeit pünktlich eingehalten werden.

Dies signalisiert für korrekte Deutsche Höflichkeit, Rücksichtnahme, Wertschätzung/Interesse am Partner.

- Gutes Zeitmanagement wird hoch geschätzt, da es eine wesentliche Voraussetzung für ein effektives Handeln und Anzeichen von Professionalität ist.
- Abweichungen vom Zeitplan werden nur im Notfalle akzeptiert.

Trennung von Beruflichem und Privatem

- Ein bekanntes deutsches Schlagwort lautet: „Dienst ist Dienst und Schnaps ist Schnaps“. Das heißt, beide Sphären sind stark getrennt.
- Im Dienst wird gearbeitet; in der Freizeit erholt man sich.
- Mit Kollegen arbeitet und spricht man über Berufliches; mit Freunden verbringt man seine Freizeit, in der man sie auch meistens kennenlernt.

Kontextarme Kommunikation

- Man konzentriert sich vor allem auf den Inhalt, weniger auf die (sprachliche) Form.
- Man bevorzugt eine klare, direkte, sogar undiplomatische Meinungsäußerung ohne große Rücksichtnahme auf eventuelle Empfindlichkeiten der Gesprächspartner: Man sagt, was man denkt.
- Man lässt in der Regel keinen Interpretationsspielraum.

Text 2

Effektive Verhandlung: wie wir uns schon zu Beginn einer Verhandlung einen Vorteil schaffen können

Wenn wir in der Lage sind, uns schon zu Beginn einer Verhandlung einen Vorteil zu schaffen, können wir eine *effektive Verhandlung* führen. Das Wichtigste ist, sich vorab zu dokumentieren, um unseren Gesprächspartner besser kennenzulernen. Um eine effektive Verhandlung zu erzielen, merken Sie sich diese vier grundlegenden Aspekte:

1 Informationseinholung

Unabhängig von der von uns eingesetzten Verhandlungstechnik und unserem Verhandlungsstil, ist es notwendig, dass wir *Informationen einholen*, um in Erfahrung zu bringen, mit wem wir es zu tun haben, welche Art von Vorschlägen wir während des Verhandlungsprozesses unterbreiten können und was wir von unserer Konkurrenz erwarten.

Der *häufigste Fehler*, den wir zu Beginn einer Verhandlung begehen können, ist, den Eindruck zu vermitteln, dass wir die Verhandlung nicht im Griff haben und nicht wissen, wer unsere Gesprächspartner sind. Wenn die andere Partei dies bemerkt, wird sie automatisch die Kontrolle über die Verhandlung übernehmen und wir befinden uns im Nachteil.

2 Definition Ihrer Ziele bei der Verhandlung

Wie können wir wissen, welche Informationen wir einholen sollten, um eine effektive Verhandlung zu führen? Um diese, für das Ergebnis unserer Verhandlung ausschlaggebende Frage beantworten zu können, müssen wir uns darüber im Klaren sein, *was wir erreichen wollen*. Wenn wir unser Ziel nicht kennen, wissen wir auch nicht, welchen Weg wir einschlagen sollen.

- Definieren Sie Ihre Ziele
- Legen Sie klar fest, welche Angelegenheiten Sie durch eine Vereinbarung abklären möchten.
- *Ermitteln Sie die für Sie besonders wichtigen Punkte.*
- Bestimmen Sie, welches das Leitmotiv Ihres Vorschlags sein sollte.

Bedenken Sie, dass ein und dasselbe Ziel auf unterschiedliche Weise erreicht werden kann.

3 Recherche über die Interessen der anderen Partei

Der nächste Schritt ist, herauszufinden, *was die andere Seite erreichen will*. Dies ist die wichtigste Information, die wir in Erfahrung bringen können: in erster Instanz müssen wir herausfinden, welche Ziele die andere Partei hat und was ihre Interessen und Motivationen sind.

Wichtig: die Informationseinholung ist die effektivste Verhandlungstechnik, aber sie verlangt auch *Zeit und Einsatz*. Im Gegenzug ermöglicht sie uns, dem Verhandlungsprozess mit den besten Erfolgchancen entgegenzutreten.

4 Präsentation der Dokumentation in Schriftform

Ein weiterer wichtiger Aspekt, den wir beachten sollten, ist *die Bereitstellung der Dokumentation* zu Beginn der Verhandlung.

Wenn wir die von uns eingeholten Informationen in Schriftform präsentieren, stärken wir unsere Position, weil die andere Partei sehr wahrscheinlich nichts Vergleichbares vorlegen kann, sodass wir Grundlagen schaffen, die uns zugute kommen: wenn wir über Informationen in Schriftform verfügen, ist es einfacher, *unsere Interessen zu verteidigen*.

Einer der Hauptgründe, warum Informationen in Schriftform einen Garantien für eine effektive Verhandlung darstellen, ist, dass bei Verhandlungen *die verbale Argumentation nicht immer ausreichend ist*.

Je mehr schriftliche Dokumentation wir vorlegen, umso mehr Legitimität erhalten wir, wenn wir unseren Standpunkt darlegen. Daher ist es wichtig, in der Lage zu sein, Informationen einzuholen und über eine klare und sachliche Dokumentation zu verfügen, die unsere Argumente untermauert.

Text 3

Wie kann die Flinch-Technik bei Verhandlungen genutzt werden

Heute erklären wir Ihnen, wie Sie bei Verhandlungen die „**Flinch**“-Technik bzw. „übertriebene Gefühlsreaktionen“ nutzen können, eine der ältesten und zugleich unbekanntesten Techniken der Verhandlungsführer.

Was ist Flinch und wie funktioniert es?

Es handelt sich um *eine übertriebene Reaktion* auf den Vorschlag der Gegenseite. Es ist möglich, dass wir diese Art der Antwort unbewusst und ohne darüber nachzudenken geben. Ebenso kann es sein, dass unsere übertriebene Reaktion gewollt ist, um unserem Gesprächspartner unsere Unzufriedenheit zu zeigen. In diesem Fall wenden wir die Flinch-Technik an.

Sehen wir uns anhand eines Beispiels an, wie diese Verhandlungstechnik angewandt werden kann: wir beabsichtigen der Gegenseite ein Angebot zu einem Wert von 100 zu unterbreiten. Wir unterbreiten unser Angebot in dem Glauben, dass es von der Gegenseite begeistert angenommen werden wird, wenn wir plötzlich feststellen, dass unser Gesprächspartner Entsetzen zum Ausdruck bringt: „Das ist doch lächerlich“, „So viel!“, „Ist das Ihr Ernst?“; oder mit Gesten des Unmuts (mit dem Kopf schütteln, schnaufen, usw.).

Was wäre die normale Reaktion?

Selbstverständlich zu versuchen, die Spannung zu lösen und automatisch unser Angebot an die Interessen der Gegenseite anzupassen. Manchmal unterbreitet die Gegenseite ein Gegenangebot, das weit unter unserem Angebot liegt, wodurch wir den Eindruck gewinnen, dass es nicht einfach sein wird zu einem Übereinkommen zu gelangen und das bringt uns dazu, dass wir viel eher bereit sind, auf Kosten unserer Interessen *nachzugeben*.

Während einer Verhandlung ist es üblich, dass es *unterschiedliche Sichtweisen* gibt, die verschiedenen Vorschlägen und Äußerungen des Nichteinverständnisses zur Folge haben. Das Flinchen kann echt oder gespielt sein, aber die Wirkung ist praktisch in jedem Fall dieselbe: die Person, die sich der übertriebene emotionalen Reaktion gegenüberstellt, *ist am Ende überzeugt, dass ihr Vorschlag unausgewogen ist* und versucht instinktiv ihn anzupassen.

Es gibt Verhandlungspartner, die das „Flinching“ ständig anwenden, auch als Reaktion auf sehr akzeptable oder für sie vorteilhafte Vorschläge. Ihr einziges Ziel ist, Zugeständnisse der

Gegenseite zu erhalten, ungeachtet der guten Einigung, die erzielt werden könnte bzw. bereits auf dem Tisch liegt. Sie vergessen plötzlich, ihre eigenen Interessen zu vertreten und durchzusetzen, weil sie die Chance sehen, etwas „herauszuholen“.

Wie kann Flinchen neutralisiert werden?

Wenn wir uns dieser Verhandlungstechnik gegenübersehen, ist es das Beste diese übertriebene Reaktion zu nutzen, um zu versuchen *unseren Vorschlag genauer zu erläutern*.

Anstatt uns von der ablehnenden Haltung der Gegenseite einschüchtern zu lassen, verstehen wir sie als eine Anregung zum Austausch von Sichtweisen. Unser Gesprächspartner erkennt, dass wir nicht unsicher geworden sind und entscheidet *andere Betrachtungsweisen vorzubringen*, die oft auf die Win-Win-Strategie ausgerichtet sind, bei der beide Parteien gewinnen.

Fragen zu stellen ist eine weitere unabdingbare Form, um der Flinch-Strategie entgegenzutreten, da wir so unsere natürliche Neigung, als Antwort auf seine übertriebene Reaktion, Zugeständnisse zu machen, im Keim ersticken. Um in jeder Situation richtig verhandeln zu können, ist es unerlässlich, dass man lernt *die Ruhe zu bewahren* und versucht herauszufinden, was unseren Gesprächspartner dazu bewegt hat, so zu reagieren. Dies ist nur möglich, wenn wir Fragen stellen.

Text 4

Wie Sie Ihre Emotionen kontrollieren und eine Verhandlung zum Erfolg führen

Um einen für beide Seiten zufriedenstellenden Verhandlungsabschluss zu erreichen, ist es wichtig, **seine Emotionen kontrollieren zu können**. Wenn Sie Ihre Emotionen unter Kontrolle halten, wird es Ihnen leichter fallen, die Verhandlung zum gewünschten Ziel zu führen.

Die **emotionale Intelligenz** ist auch dann ein entscheidender Faktor, wenn es um Verhandlungsführung geht. Was verbirgt sich dahinter?

- Selbstvertrauen: zu wissen, wo unsere Stärken und wo unsere Schwächen liegen.
- Ausgeglichenheit: unsere innere Gefühlswelt zu kennen, wissen, was uns Ruhe vermittelt und was uns Stress verursacht.
- Resilienz: widrige Umstände akzeptieren und unter Druck die Ruhe bewahren können.
- Selbstmotivation: Anreize erkennen können, um das Beste aus sich herauszuholen.
- Empathie: sich in andere hineinversetzen können.
- Die Fähigkeit zuzuhören: zu wissen, wie der andere denkt, seine Interessen zu verstehen
- Sozialkompetenz
- Kommunikationsfähigkeit
- Teamfähigkeit

Möglicherweise haben Sie zuvor schon einmal an einer Verhandlung teilgenommen, bei der es nicht auf den Verhandlungsstil oder die Verhandlungstechnik ankam, sondern bei der der emotionale Zustand besonders wichtig war, um die Führung zu übernehmen. Wie aber kontrolliert man Emotionen? Lässt sich das erlernen? Die Antwort lautet ja.

Das Erreichen einer Übereinkunft erfordert von beiden Seiten Zeit und Anstrengungen, um die Bedürfnisse der anderen Seite zu verstehen. *Verlieren Sie nie Ihre Interessen aus den Augen*, aber *hören Sie zu*, was Ihnen Ihr Verhandlungspartner mitteilt, Sie werden seine Forderungen verstehen und die Situation kontrollieren können. Seien Sie aufmerksam, um die Informationen zu bekommen, die Sie zum Verhandeln brauchen.

Andererseits dürfen Sie nicht ausschließlich das Was analysieren, sondern müssen auch das Wie betrachten. Wird die Verhandlung unter Druck oder entspannt geführt? Alle *Informationen*, die Sie aufnehmen, dienen als Hinweis darauf, welche Positionen der andere vertritt und welche Interessen er verfolgt, so können Sie Ihre Emotionen, die den Verhandlungsprozess beeinflussen, besser kontrollieren.

Die *Nervosität oder Ungeduld*, die andere zeigen, sind wichtig, sie können daraus schließen, ob Sie der andere versucht, zu einem schnellen Abschluss zu drängen. Wenn dem Gegenüber an einer schnellen Einigung liegt, sind Sie im Vorteil, um ein zufriedenstellendes Ergebnis zu erzielen.

Sind es andererseits Sie, der dringend eine Einigung erzielen möchte, müssen Sie lernen, Ihre Ungeduld zu kontrollieren, indem Sie beispielsweise jedes Anzeichen von Unruhe oder Gereiztheit unterdrücken. Wenn Sie *Verzweiflung* erkennen lassen, haben Sie Ihre Emotionen offengelegt und Ihr Vertragspartner kann sich dies zunutze machen. Es geht nicht darum, sich kalt oder gefühllos zu zeigen, sondern darum, die Situation im Griff zu behalten und immer die Kontrolle über die eigenen Emotionen zu haben.

Sich Notizen bei der Verhandlung zu machen, ist ebenfalls eine effiziente Methode, die Ihnen hilft, die Kontrolle über den gesamten Verhandlungsprozess, einschließlich Ihrer eigenen Emotionen, zu bewahren. Notizen zur Hand zu haben und sich nicht ausschließlich auf das Gedächtnis verlassen müssen -auch wenn dies noch so gut sein mag- gibt Ihnen die Möglichkeit, Ihre Emotionen im Griff zu behalten, was für eine erfolgsversprechende Verhandlung unabdingbar ist.

Damit Ihnen diese Aufzeichnungen bei der Verhandlung mit der anderen Seite aber auch nützen, *müssen sie gut geordnet sein*. Sie können zudem einige grundlegenden Angaben zum behandelten Thema hinzufügen (beispielsweise Datumsangaben, Hintergründe, etc.). Darüber müssen Sie sich im Voraus informieren und diese Notizen dann während der Verhandlung immer zur Hand haben.

Wenn sich eine Verhandlung in die Länge zieht (möglicherweise über mehrere Tage oder Wochen), ist es wichtig, ab und zu innezuhalten und sich vor Augen zu führen, an welchem Punkt die Verhandlungen angekommen sind. Dies muss gemeinsam mit dem Verhandlungspartner geschehen. Auch hier ist es wichtig, die Kontrolle über seine Emotionen zu behalten und sich zu vergewissern, dass der Prozess *voranschreitet* statt zurückzugehen und immer wieder dieselben Punkte „durchzugehen“. Eine *schriftliche Zusammenfassung* nach jeder dritten oder vierten Sitzung, in der die bis dahin erzielten Vereinbarungen festgehalten werden, kann für beide Verhandlungspartner von Vorteil sein.

Wenn niemand Einwände gegen die bisherigen Ergebnisse hat, schreitet der Verhandlungsprozess voran. Wenn sich im Gegensatz dazu jemand mit dem einen oder anderen Punkt nicht einverstanden erklärt, ist es angebracht, die problematischen Themen schnellstmöglich zu klären.

Wie kann dies die Kontrolle Ihrer Emotionen beeinflussen? Es kommt darauf an, den Verhandlungsprozess mithilfe der *Informationsverarbeitung* zu lenken, dies wird Sie in die Lage versetzen, die von Ihnen erwünschte Vereinbarung zu erzielen. Mit diesen Ratschlägen wird es Ihnen leicht gelingen, die Kontrolle zu übernehmen.

Text 5

Business-Telefonie: So kommunizieren Sie erfolgreich

In Zeiten von Digitalisierung und Globalisierung hat sich die Kommunikation zunehmend in die virtuelle Umgebung verlagert. Während sich Geschäftspartner, Kunden und Mitarbeiter vor 20 Jahren insbesondere persönlich miteinander auseinandersetzten, werden Informationen heute hauptsächlich via E-Mail, Videokonferenzen, Telefon, Instant Messaging und weiteren Telekommunikationsformen ausgetauscht.

Bedeutung der Kommunikation

Egal ob Kundenakquise im Call Center, Kundenberatung im Servicecenter, interne Projektarbeit, Außendienst oder gängiger Berufsalltag im Büro: Telefonieren gehört bis heute zu den wichtigsten Kommunikationsformen. Dennoch beherrschen viele die Kunst des erfolgreichen Telefonierens nicht oder nutzen das damit einhergehende Potenzial nur unzureichend. Nicht nur in Verhandlungen oder bei Reklamationen ist eine korrekte Verhaltensweise elementar. Auch beim Verkauf von Produkten und Dienstleistungen sowie bei Telefonkonferenzen sollten einige Grundsätze beachtet werden.

Die nachfolgende Auflistung macht auf wesentliche Faktoren aufmerksam:

1. Körperhaltung

Natürlich spielt die Körpersprache beim Telefonieren eine geringere Rolle als beim persönlichen Gespräch. Dennoch hat die Körperhaltung Einfluss auf das Telefongespräch. Zunächst gilt es möglichst aufrecht zu sitzen und eine entspannte Haltung einzunehmen, da dies Einfluss auf Ihre Stimme hat. Diese wirkt bei der richtigen Haltung voller. Vom Einklemmen des Hörers zwischen Schulter und Kopf ist abzuraten. Zum einen schädigt dies Ihre Wirbelsäule, zum anderen ist die Gefahr groß, dass man Sie schlechter versteht.

Mit einem Headset können Sie entspannt bleiben und klar und deutlich sprechen. Achten Sie darauf möglichst bei jedem Telefonat zu lächeln, da dies unweigerlich die persönliche Stimmung und Stimmlage positiv prägt. Die Stimme klingt mit einem Lächeln freundlicher. Sollte es zu einer Auseinandersetzung kommen, egal ob mit Kunden, Vorgesetzten oder Kollegen, stehen Sie, wenn möglich, auf. Die Bewegung baut Spannungen ab und hilft dabei ruhig zu bleiben.

Steht eine Telefonkonferenz vor, gelten besondere Bedingungen. Nicht nur Pünktlichkeit ist hierbei unverzichtbar, um niemanden warten zu lassen. Bei internationalen Gesprächen ist es ebenfalls von großer Bedeutung mögliche Zeitverschiebungen einzubeziehen. Sorgen Sie dafür, dass Ihnen für die Konferenz alle nötigen Daten wie Einwahlnummern oder PIN vorliegen. Sind Sie selbst der Organisator müssen Sie gewährleisten, dass die technischen Voraussetzungen geschaffen sind.

Von einer Konferenz über Mobiltelefonie ist in den meisten Fällen abzuraten, da es hierbei vermehrt zu Störungen kommen kann. Das Festnetz ist zuverlässiger.

2. Verhalten

Bevor Sie den Hörer abnehmen, sollten Sie das Telefon zwei bis drei Mal klingeln lassen. Damit können nicht nur Sie sich auf das Gespräch einstellen, sondern auch der Gesprächspartner. Anschließend ist es empfehlenswert mit deutlicher Stimme zunächst den Namen des Unternehmens zu nennen. Im Anschluss folgt Ihr Name. Besonders persönlich und vorteilhaft geprägt wird das bevorstehende Gespräch, wenn der Name des Anrufers auf dem Display angezeigt wird und Sie ihn direkt ansprechen.

Geht es darum jemanden anzurufen, sollten vor dem Wählen der Rufnummer Grund und Ziel des Gesprächs feststehen. Legen Sie sich alle nötigen Unterlagen zurecht und platzieren Sie ein Notizblock griffbereit, um sich während des Gesprächs Informationen aufschreiben zu können. Muss der Angerufene warten, bis Sie alle nötigen Dinge zusammengesucht haben, kostet ihn das wertvolle Zeit.

Außerdem sollte ein Telefonat Grund genug sein, auf alle Ablenkungen zu verzichten. Erledigen Sie keinerlei Aufgaben nebenher, sondern fokussieren Sie sich zu 100 Prozent auf das Gespräch. Auch Essen, Trinken, Rauchen oder sonstige Ablenkungen sind nicht angebracht. Trinken Sie, wenn möglich, vor dem Anruf etwas. Schalten Sie das Smartphone auf stumm und platzieren Sie es außer Reichweite, um nicht in Versuchung zu geraten nach Nachrichten zu schauen. Wenn der Gesprächspartner redet, sollte er immer ausreden dürfen. Es ist äußerst unhöflich jemanden zu unterbrechen. Darüber hinaus dauert das Gespräch damit länger.

3. Sprache

Die Stimme ist beim Telefonieren das wichtigste Kommunikationsmittel. Im Idealfall wird klar, deutlich und in einem angemessenen Tempo gesprochen. Fremdwörter sollten gemieden werden. Ziel sollte sein, dass der Gesprächspartner zu jeder Zeit weiß, um was es geht und nicht mühsam nach jedem zweiten Satz nachfragen muss, was gemeint ist. Eine präzise Ausdrucksweise ist entscheidend. Zudem sind lange und verschachtelte Sätze negativ zu bewerten. Das erschwert den Gesprächsverlauf unnötig.

Um die persönlichen Fähigkeiten zu kommunizieren und zu optimieren, sollten Sie sich umfassend mit dem Thema Rhetorik befassen. Um passende Hilfestellungen zu bieten, haben wir einen informativen Beitrag unter arbeitsratgeber.com verlinkt. Dort finden Sie praktische Tipps und weiterführende Links. Die Kunst, selbst negative Fakten positiv zu formulieren, will gelernt sein. Wer das positive „Verpacken“ von Informationen beherrscht, kann seine Erfolgsquote beim Telefonieren massiv steigern. Nehmen Sie an Schulungen teil, um sich entsprechend weiterzubilden.

4. Tipps zur Beendigung des Gesprächs

Ein Telefongespräch endet im Idealfall immer damit, dass die gemeinsam erörterten Ergebnisse kurz zusammengefasst und die weitere Vorgehensweise besprochen werden. Ist beispielsweise ein weiterer Termin notwendig, um gemeinsam zu einem Ziel zu gelangen? Dann sollten Sie versuchen diesen Termin direkt zu vereinbaren. Das spart beiden Parteien eine zusätzliche Kontaktaufnahme.

Fragen Sie nach der direkten Durchwahl oder gegebenenfalls nach der E-Mail-Adresse des Gesprächspartners, um die künftige Kommunikation zu beschleunigen und zu vereinfachen. Unter kaeufportal.de wurde in einem Ratgeber zur Kommunikation im Geschäftsalltag ein weiterer Tipp integriert: „Binden Sie beim Verabschieden den Namen Ihres Gesprächspartners ein. Das zeugt von Höflichkeit und Aufmerksamkeit.“

5. Nachrichten auf dem Anrufbeantworter

Ein Anrufbeantworter dient nicht dazu Romane aufzusprechen. Übermäßig lange Nachrichten kommen nie gut an und sind unprofessionell. Konzentrieren Sie sich beim Sprechen darauf Ihren Namen, Rufnummer sowie den Grund Ihres Anrufs kurz und knapp zu schildern. Details lassen sich im Telefonat klären. Teilen Sie dem Abwesenden über Ihre Nachricht gleichzeitig mit, in welchen Zeiträumen beziehungsweise an welchen Tagen Sie erreichbar sind.

Fazit

Ob ein Telefonat erfolgreich wird, hängt entscheidend von Ihrem Verhalten und der Art der Formulierungen ab. Versuchen Sie kontinuierlich Ihre Kommunikation dahingehend zu verbessern und Sie können schon bald von den positiven Auswirkungen profitieren.

Text 6

Wie man eine Verhandlung vorbereitet und die wichtigsten Informationen über den Verhandlungspartner erlangt

Einer der wichtigsten Punkte für den Verhandlungserfolg ist die *Information*. Es ist von größter Bedeutung, Informationen über den Verhandlungspartner einzuholen, um diesen besser kennenzulernen und Konfliktlösungen vorzubereiten. Heute erzählen wir Ihnen, wie dies zu machen ist.

Bei Verhandlungsbeginn wünscht sich jeder, die Kontrolle zu haben. Um eine Verhandlung zu dominieren, müssen Sie perfekt auf Ihren „Gegner“ vorbereitet sein. Grundlage dieser Vorbereitung ist die Information: *zu wissen, mit wem Sie verhandeln, und die andere Verhandlungspartei gut zu kennen*.

Wenn Sie glauben, dies sei nicht so wichtig, lesen Sie weiter – Sie werden Ihre Meinung ändern.

Vorbereitung

Eine Verhandlung vorzubereiten und Informationen über den Verhandlungspartner zu erlangen ist ein langer Prozess, der Ihnen viel abverlangt wird. Es geht nicht nur darum, die Probleme, auf die Sie treffen können, zu erkennen oder Grenzen festzulegen, die Sie nicht überschreiten wollen. Es geht weniger um Kompromisse als darum, herauszufinden, *was es für Menschen sind, mit denen Sie verhandeln*. Zu wissen, mit wem Sie es zu tun haben, hilft Ihnen dabei, den Abschluss zu erreichen, den Sie sich wünschen.

Setzen Sie sich mit der Vorgeschichte auseinander

Fokussieren Sie sich darauf, Hintergrundwissen über den Verhandlungspartner zu erlangen. Finden Sie etwas über seine *früheren Verhandlungen* heraus. Welche Art von Vereinbarungen wurden abgeschlossen, wurden dabei seine Interessen berücksichtigt oder nicht, welche Verhandlungsstile und -techniken wurden eingesetzt und welche davon bevorzugte Ihr Verhandlungspartner. Die Beschäftigung mit diesen Fragen wird Ihnen Ihre Arbeit erleichtern. Je mehr Sie darüber wissen, umso bessere Angebote können Sie Ihrem Gegenüber vorlegen, und umso mehr Möglichkeiten haben Sie, dass Ihr endgültiger Vorschlag angenommen wird.

Je mehr Informationen Sie über Ihren Kontrahenten haben, desto besser können Sie die Verhandlung vorbereiten. Jede Vorstellung, die Sie von den Personen haben, mit denen Sie verhandeln, wird Ihnen helfen, Ihre Beziehung schnell zu verbessern und *Brücken für zukünftige Geschäftsbeziehungen zu bauen*.

Erkundigen Sie sich bei früheren Verhandlungsführern

Die einfachste Art, Informationen über Ihren Verhandlungspartner einzuholen, ist es, *jemanden zu fragen, der früher mit ihm verhandelt hat*. Mit großer Wahrscheinlichkeit ist dies nicht die erste Verhandlung für Ihren „Gegenspieler“, daher kann es sehr nützlich sein, von früheren Verhandlungspartnern zu erfahren, wie dieser denkt.

Recherchieren Sie im Internet

Das Internet kann bei der Informationssuche zu zukünftigen Verhandlungspartnern ebenso hilfreich sein. Wenn Ihr Gesprächspartner Anwalt ist, können Sie bei der

Anwaltskammer nachfragen, bei einem Unternehmer können Sie sich in Unternehmenskreisen umhören. In jedem Fall sind *das Internet und die Berufsverbände* eine gute Informationsquelle, die Sie nicht außer Acht lassen sollten.

Erforschen Sie das Arbeitsumfeld

Eine weitere einfache Art, mehr über Ihren Verhandlungspartner zu erfahren, ist es, *mit jemandem zu sprechen, der mit ihm arbeitet*. Vielleicht stehen Sie in Kontakt mit jemandem, der den Verhandlungsprozess koordiniert: Fragen Sie ihn, wie Ihr Gegenüber ist, welche Entscheidungen er in der Regel trifft, was ihn motiviert... jede Frage kann von Nutzen sein.

Machen Sie Notizen

Auch wenn die Verhandlungen schon begonnen haben, können Sie Informationen über den Verhandlungspartner sammeln, die Sie für den weiteren Verlauf einsetzen können. Normalerweise beginnt jede Verhandlung mit einem *lockeren Gespräch, aus dem Sie Informationen entnehmen können*, selbst persönliche Informationen, die Ihnen Aufschluss über seine Art der Verhandlungsführung geben können. Um den Prozess zu beschleunigen und einen schlechten Eindruck zu vermeiden, erstellen Sie zuvor eine *Namensliste der an der Verhandlung beteiligten Personen* und fügen nach und nach Informationen hinzu, die Sie für erforderlich halten. Es ist möglich, dass sich die Person, die die Entscheidungsgewalt hat, zurückhält, es entscheidet nicht immer die Person, die den Ton angibt. Beobachten Sie und finden Sie heraus, welche Rolle jeder Einzelne bei der Verhandlung spielt.

Jetzt, da Sie wissen, wie Sie die Verhandlung vorbereiten, müssen Sie sich fragen, was Sie über Ihr Gegenüber wissen möchten. Zwischen all den wertvollen Informationen, die Sie bekommen können, empfehlen wir Ihnen, über Folgendes nachzudenken:

- Die Ziele des Gegenübers
- Informationen zum Unternehmen und dessen aktueller Lage
- Interessen und Beweggründe Ihrer Verhandlungspartner
- Stärken und Schwächen der Verhandlungsführer
- Was hat Ihr Gegenüber in früheren Verhandlungen erreicht
- Wie hat er früher verhandelt (in Kooperation oder Konkurrenz)
- Wer hat die Entscheidungsbefugnis

Um die gesammelten Informationen für sich nutzen zu können, ist es auch wichtig, etwas mehr über *Ihre eigene Situation* herauszufinden. Vergewissern Sie sich, welche Rolle Sie bei der Verhandlung spielen, wie viel Spielraum Sie haben, wie sich Ihre Grenzen darstellen, innerhalb derer Sie agieren können, warum genau Sie verhandeln und natürlich, *welches Ihr wichtigstes Verhandlungsziel ist*.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass es von grundlegender Bedeutung für die Vorbereitung erfolgsversprechender Verhandlungen ist, über *Informationen* zu verfügen. An sie heranzukommen, ist ein langwieriger und mühevoller Prozess, er ermöglicht es Ihnen aber, die Initiative zu ergreifen und Ihre Interessen durchzusetzen.

Text 7

Erfolgreich verhandeln: 5 Strategien führen zum Erfolg

Gut verhandeln kann jeder – mit den richtigen Strategien. Sie werden sich dessen kaum bewusst sein: Aber Sie verhandeln tagtäglich. Ob Sie mit Ihrem Ehepartner darüber verhandeln, wer die Kinder in die Schule bringt oder ob Sie an Ihrem Arbeitsplatz in Ihrem Team mit Ihren

Kollegen darüber verhandeln, wie das angestrebte Ziel in welchen Schritten realisiert werden soll, es gibt immer wieder Situationen und Angelegenheiten, in denen Sie ganz selbstverständlich Verhandlungen führen.

Allerdings werden Sie mit dem Ergebnis dieser Verhandlungen nicht immer zufrieden sein. Ganz im Gegenteil. Oft genug haben Sie das Gefühl gescheitert zu sein und wünschen sich dann „Könnte ich doch nur so erfolgreich verhandeln wie der Kollege B.“ Diesen Wunsch können Sie realisieren. Denn es gibt Strategien, wie Sie erfolgreich verhandeln. Und diese Strategien können Sie lernen und zukünftig bei jeder Verhandlung anwenden.

Richtig verhandeln: Zwei Grundregeln, die Sie kennen sollten

Die beste Strategie nützt beim Verhandeln nichts, wenn Sie zwei Grundregeln nicht beherzigen: Ihr Ziel kennen. Wollen Sie etwas verhandeln, müssen Sie wissen, wohin Sie eigentlich wollen. Sie müssen ein Ziel haben: Sei es, dass Ihr Ehepartner die Kinder zur Schule fährt oder das Team Ihre Schritte realisiert. Bevor Sie eine Verhandlung führen, fragen Sie sich stets: Was wollen Sie erreichen?

Neu verhandeln. Oftmals scheitern Sie deshalb, weil Sie in der jeweiligen Situation überfahren wurden, d.h. der andere hat sein Ziel an Sie herangetragen und Sie hatten sich kein eigenes überlegt. Dadurch hatte der Gesprächspartner ein leichtes Spiel. Das Gute jedoch ist: Sie können jederzeit vereinbarte Ergebnisse der einzelnen Verhandlungen wieder neu verhandeln. Ist Ihnen Ihr Ziel bewusst geworden oder hat sich Ihr Ziel geändert, treten Sie an die Person – den Kollegen, den Kunden, Ihren Vorgesetzten oder Ihre Freunde und Familie – heran und verhandeln Sie neu.

Erfolgreich verhandeln: Mit 5 Strategien zum gewünschten Ergebnis

Strategie Nr. 1: Unterscheiden Sie zwischen Interesse und Standpunkt

Sie wollen Ihren Verhandlungspartner von Ihrer Position – und damit Ihrem Ziel - überzeugen. Damit dies wirklich gelingt, müssen Sie zwischen seinem Standpunkt und seinen Interessen unterscheiden. Denn nur, wenn Sie seine Interessen berücksichtigen und auf diese eingehen, werden Sie erfolgreich sein können.

Zur Verdeutlichung ein Beispiel:

Sie haben im jährlichen Mitarbeiterbewertungsgespräch das Thema Gehaltserhöhung angesprochen. Ihr Vorgesetzter blockt jedoch mit den Worten „Eine Lohnerhöhung ist bei der jetzigen Etatlage nicht möglich.“ ab. Diese Aussage ist der Standpunkt des Vorgesetzten und offenbart keineswegs seine Interessen.

Statt nun aufzugeben, fragen Sie bei Ihrer Verhandlung konkret nach, um die dahinterliegenden Interessen zu erfahren. „Welches sind Ihre Ziele bei dem jetzigen Etat?“ Vielleicht antwortet Ihr Vorgesetzter darauf „Den Etat einzuhalten und keine zusätzlichen Kosten zu verursachen.“ Nun haben Sie erfahren, welches seine Interessen sind – und ganz wichtig -, welche Argumente Sie vorbringen müssen wie „Sie wissen, ich habe in meinem Ressort bereits etliche Sparmaßnahmen erfolgreich eingeleitet, wie die Kosten der Abteilung gesenkt und somit den Etat in ein Plus geführt haben. Zusätzlich hatte ich Ihnen bereits meine Ideen für zusätzliche Einnahmenquellen erläutert, die ich gerne als nächstes umsetzen würde...“

Strategie Nr. 2: Heben Sie die gemeinsame Schnittmenge hervor

Konzentrieren Sie sich nicht auf das Trennende, sondern auf das Verbindende. Denn dadurch wird der Verhandlungspartner Ihre Argumente und Ihre Position viel leichter und gerne mittragen können. Suchen Sie also nach der gemeinsamen Schnittmenge. Überlegen Sie sich, ob Sie die Verhandlung vorbereiten oder spontan etwas verhandeln möchten:

Was ist Ihnen und Ihrem Verhandlungspartner in dieser Angelegenheit wichtig?

Was verbindet Sie beide?

Welche Interessen stimmen überein?

Gibt es ein gemeinsames Ziel, das Sie erreichen möchten?

Zur Verdeutlichung ein Beispiel:

Als Einkäufer müssen Sie natürlich in regelmäßigen Abständen mit Ihren Lieferanten verhandeln – auch um günstigere Preiskonditionen. Heben Sie deshalb zuallererst einmal die Unternehmensziele hervor wie neue Märkte zu erschließen und dafür eine verstärkte Produktwerbung zu betreiben, wodurch letztendlich auch der Lieferant mit zusätzlichen Aufträgen von Ihrer Seite rechnen kann. Kommen Sie erst dann zu dem eigentlichen Punkt der Verhandlung: Günstigere Preise. Ihr Verhandlungspartner wird jetzt viel aufgeschlossener sein, weil Sie ihm eine gemeinsame Schnittmenge zeigten.

Strategie Nr. 3: Setzen Sie wenige, aber gute Argumente ein

Ändern Sie ab heute Ihre Vorgehensweise: Statt nun ein Argument nach dem anderen zu äußern - und dies womöglich in den ersten Minuten der Verhandlung -, konzentrieren Sie sich auf drei bis fünf Top-Argumente, die Sie im Laufe der Verhandlung aufbauend aufeinander äußern und gegebenenfalls mit variierendem Wortlaut wiederholen.

So verpuffen keine Argumente. Sie treten logisch und strukturiert auf. Sie zeigen bis zum Schluss der Verhandlung eine klare Linie. Und Ihr Verhandlungspartner kann sich Ihre Argumente so viel leichter einprägen und auch nachvollziehen.

Strategie Nr. 4: Fordern Sie das Maximum

In einer Verhandlung wird Ihr Gegenüber niemals sofort Ihre Ziele und Ihre Forderung akzeptieren, sondern diese verhandeln wollen. Deshalb seien Sie nie ehrlich bei Ihrer Forderung. Steigen Sie stattdessen mit einem hohen Ansinnen und Anspruch in die Verhandlung ein, um so einen Spielraum nach unten zu haben.

Zur Verdeutlichung ein Beispiel:

Bei der Verhandlung Ihrer Gehaltserhöhung möchten Sie 200 Euro pro Monat durchsetzen. Äußern Sie gegenüber Ihrem Vorgesetzten jedoch eine viel höhere Summe – beispielsweise 450 Euro pro Monat. So kann Ihr Vorgesetzter Sie herunterhandeln und Sie können dennoch den Verhandlungserfolg für sich verbuchen.

Strategie Nr. 5: Präsentieren Sie sich als Schwarzseher

Bei festgefahrenen Verhandlungen und einem Verhandlungspartner, der wenig auf Sie zugeht, sollten Sie ein Scheitern der Verhandlung ruhig in düsteren Farben malen. Jetzt gilt es das Negative – gar Trennende – hervorzuheben, um den anderen doch noch von Ihrer Position zu überzeugen. Übertreiben Sie in diesem Falle, um all die Nachteile hervorzuheben.

Zur Verdeutlichung ein Beispiel:

Im Team möchten Sie die nächsten Schritte des Projektes verhandeln. Ihre Kollegen zeigen sich wenig einsichtig. Bleiben Sie jetzt erst einmal knallhart im Verhandeln. „Spielen wir doch für einen Moment einmal die Alternativen durch. Also: Ihr bleibt bei euren Vorstellungen. Dies würde bedeuten, jeder einzelne von uns müsste sich in neue Aufgaben einarbeiten, was nur gelänge, wenn wir zu Beginn Überstunden machen würden, die wir kaum genehmigt bekämen. Oder wir verschieben den Abgabetermin. Dies ist eine Alternative, die weder bei unserem Vorgesetzten, noch beim Kunden auf Begeisterung und Verständnis stoßen wird. Vor diesem Hintergrund sollten wir noch einmal...“

Text 8

Wie man eine Verhandlung erfolgreich führt

Wie bei einem Schachspiel: Die richtige Eröffnung

Verhandlungsgespräche - dies erkennt man schon an den Regeln der Sitzordnung und an der typischen Rollenverteilung - verlaufen im Grunde nach den Regeln eines Strategiespiels. Und wie bei einem Schachspiel hängt von der Eröffnung, also Ihren ersten Zügen, ein erfolgreicher Verlauf Ihres Treffens entscheidend ab.

Um die Verhandlung richtig zu eröffnen, sollten Sie, bevor Sie sich Gedanken über Strategie und Taktik machen, folgende Grundregeln beachten:

1. Akzeptieren Sie nie das erste Angebot, das Ihnen unterbreitet wird. Die Gegenseite wird diese Regel ebenso beachten, wenn Sie Ihrerseits ein Angebot machen. Interessanterweise zeigt die Erfahrung, dass Menschen zu Beginn einer Verhandlung auf Widerstand eingestellt sind und Enttäuschung zeigen, wenn ein erstes Angebot sofort akzeptiert wird. Vorschnelles Entgegenkommen hingegen wird immer ausgenutzt werden. Auch wird die Gegenseite immer wieder versuchen, Ihre Grenzen zu erkunden.
2. Freuen Sie sich niemals zu früh. Zeigen Sie auch dann ein gesundes Misstrauen, wenn Ihnen ein Angebot zusagt. Zeigen Sie sich zwar interessiert, aber nicht begeistert, sondern dass Sie überzeugt werden wollen. Sie zwingen so die Strategen der anderen Seite, sich auf die Verringerung Ihres Widerstands zu konzentrieren. Mit übereifrigem Interesse liefern Sie sich dem Druck der Anderen hingegen verstärkt aus.
3. Halten Sie sich möglichst lange *alle* Optionen offen. Es stärkt Ihre Position keineswegs, wenn Sie der Gegenseite gleich zu Beginn deutlich machen, wozu Sie auf keinen Fall bereit sind. Sie offerieren vielmehr sofort Ihren Standpunkt, und nichts ist peinlicher, wenn Sie im Verlauf der Verhandlung von der einen oder anderen Position einen Rückzieher machen müssen.
4. Machen Sie Angebote immer höher, als Sie im Idealfall herausbekommen möchten. Dies ist eine der schwierigsten, weil unangenehmsten Regeln - nichtsdestoweniger aber eine der wichtigsten. Denken Sie an jene alte Verkaufsregel, die da heißt: Einen guten Preis aufzubauen dauert Jahre; ihn kaputt zu machen Minuten. Denn Sie können in einer Verhandlung problemlos immer wieder nachgeben (und weil dies so einfach ist, wird es so häufig praktiziert), Sie kommen aber niemals wieder nach oben.
5. Machen Sie sich den anderen zum Freund. Gelingt es Ihnen, Ihr Gegenüber für sich zu gewinnen, bauen Sie Misstrauen ab. Und: Je freundlicher das Klima ist, in dem eine Verhandlung geführt wird, desto größer ist die Chance, dass beide Seiten mit einem guten Gefühl aus der Verhandlung gehen.

Diese Grundregeln gelten natürlich während des gesamten Verhandlungsverlaufes. Der Grund, weshalb wir sie im Zusammenhang mit der Verhandlungseröffnung vorstellen, liegt auf der Hand: Vor allem an diesen Regeln sollten Sie Ihre Eröffnung orientieren. Und: Sie sollten sich diese Regeln während der gesamten Verhandlung präsent halten.

Text 9

Der erste Schritt: Peilen Sie die Lage

In jeder Verhandlung sind vor allem drei Fähigkeiten gefordert: Zuhören, Beobachten und Reden. Das klingt so selbstverständlich, dass man es allzu leicht vergisst. Dabei sind vor

allem die ersten beiden Eigenschaften die wahrnehmungspsychologisch wichtigsten, wenn es darum geht, die Atmosphäre, in der die Verhandlung verläuft, aber auch die Aktionen der Gegenseite richtig einzuschätzen. Hierbei gilt es, alle Signale zu registrieren und zu bewerten, die die Gegenseite "aussendet", und zwar sowohl verbale wie nonverbale Signale.

Gerade zu Beginn sind nonverbale Signale wichtig, um herauszufinden, ob Ihre Einschätzungen der Gegenseite im Zuge Ihrer Vorbereitung richtig sind.

Nonverbale Signale

"Nonverbale Signale" sind alle Signale, die die Körpersprache aussendet, also Gesten, Gesichtsausdruck, Bewegungen der Augen, aber auch so genannte körperliche "Ticks" u. Ä. (siehe auch Körpersprachliche Signale). Die Kunst besteht nun darin, das Bild, das Ihnen die Körpersprache vermittelt, mit dem Bild zu verbinden, das Sie sich von der Sprache und Ausdrucksweise Ihres Gegenübers gemacht haben.

Ohne vorzugreifen sei gesagt, dass Körpersprache ein heikles Thema darstellt. Das hat damit zu tun, dass der Spielraum Ihrer Interpretation immens ist: Selbst vermeintlich eindeutige Signale wie verschränkte Arme oder übereinander geschlagene Beine können einerseits Abwehr signalisieren, andererseits aber auch eine beobachtend-abwartende Haltung verraten. Und sogar das eindeutigste Signal, das Überraschung ausdrückende Hochziehen der Augenbrauen, sagt noch nichts über die Art der Überraschung aus: ob positiv oder negativ, hängt ganz entscheidend vom "Gesamtensemble" verbaler wie nonverbaler Kommunikation ab.

Zumindest aber können Sie an dieser Stelle eine Grundregel des Beobachtens "nach Hause tragen": Suchen Sie, wann immer und sooft es geht, den direkten Blickkontakt zu Ihrem Gesprächspartner. Denn vor allem die Augen senden die eindeutigsten nonverbalen Signale aus.

Was Reaktionen verraten

Die wichtigsten Regeln sind:

- Händedruck: Ein sehr fester Händedruck zeugt von Dominanz, die "schlafte Hand" verrät Unsicherheit und Passivität.
- Sprache: Ruhiges, überlegtes Sprechen zeigt Selbstsicherheit und Ungezwungenheit, unnötiges Lächeln und hastiges Reden verrät Nervosität und Unsicherheit.
- Wer sich häufig umdreht oder öfter zum Ausgang schaut, signalisiert, dass er lieber weg will als bleiben

Zusammengefasst

- Jede Verhandlung sollten Sie mit den unstrittigen Themen beginnen.
- Im Streitfall oder bei Dissens gilt es, die Notwendigkeit der Einigung zu betonen.
- Dabei kommt es stets darauf an, auf die Worte, den Tonfall und die Körpersprache der Gegenseite zu achten.

Zusammengefasst:

- Jede Verhandlung sollten Sie mit den unstrittigen Themen beginnen. Das schafft eine gemeinsame Verständigungsbasis und erleichtert beiden Seiten die Erörterung ihrer jeweiligen Angebote und Gegengebote.
- Im Streitfall oder bei Dissens kommt es darauf an, die Notwendigkeit der Einigung zu betonen. Dabei sollten Sie grundsätzlich davon ausgehen, dass auch die Gegenseite an einem erfolgreichen Abschluss der Verhandlung interessiert ist.
- In jeder Verhandlungssituation kommt es darauf an, auf die Worte, den Tonfall und die Körpersprache der Gegenseite zu achten.

Text 10

Der zweite Schritt: Unterbreiten Sie Ihre Vorschläge

Sie haben gute Argumente

Das wichtigste Instrument, eine Verhandlung voran oder zum Abschluss zu bringen, ist das Unterbreiten von und Reagieren auf Vorschläge(n). Deshalb müssen Sie gleich zu Beginn eine Grundentscheidung treffen, von der Ihre gesamte weitere Verhandlungsstrategie abhängt: ob Sie als Erster das Wort ergreifen oder auf den Vorschlag der Gegenseite reagieren wollen.

Grundsätzlich gilt es zu beachten, sich genügend Spielraum für die eigenen Argumente zu schaffen, vor allem aber sollten Sie alle Äußerungen vermeiden, die Ihre Position unverrückbar machen oder Ihren grundsätzlichen Standpunkt, womöglich Ihre strategischen Hintergedanken verraten.

Ebenso wichtig ist es allerdings, auch der Gegenseite genügend Spielraum zu lassen. Denn insbesondere dann, wenn ein Abschluss konkret wird, kann es höchst fatal sein, wenn Ihre Strategie zu einem vorzeitigen Sich-Festlegen der Gegenseite geführt hat. Genügend Spielraum der Gegenseite heißt immer auch: genügend Raum für Zugeständnisse.

Vorschläge präsentieren

Die Kunst des Unterbreitens von Vorschlägen und Angeboten besteht darin, es hoch genug anzusiedeln, dass die tatsächliche Einigung möglichst Ihrer Idealvorstellung nahe kommt, es aber auch niedrig genug zu dotieren, damit Ihre Zugeständnisse nicht zu Gesichtsverlust führen. Dabei kommt es vor allem darauf an, wie Sie Ihr Angebot präsentieren und wie diskussionsbereit Sie sich zeigen. Damit die Gegenseite Ihr Angebot auch ernst nimmt, formulieren Sie es flüssig und sicher. Erläutern Sie die Bedingungen, die mit Ihrer Forderung verbunden sind, kurz und präzise und geben Sie der anderen Seite Zeit zum Nachdenken.

Zusammengefasst

- Vielleicht sind Ihnen die Vorstellungen der Gegenseite näher, als Sie angenommen haben, hören Sie also gut zu. Und vor allem: Halten Sie die Angebote der Gegenseite schriftlich und möglichst wörtlich fest.
- Bleiben Sie stets flexibel: Vor allem, wenn Sie zu Anfang einen möglichen Kompromiss erkennen, sollten Sie Ihre Strategie entsprechend darauf einstellen und, wenn nötig, ändern.
- Fordern Sie mit Ihrem Anfangsgebot mehr, als Sie zu erhalten hoffen, oder bieten Sie weniger, als Sie zu geben bereit sind. Denn keine Verhandlung verläuft ohne Zugeständnisse. Lassen Sie sich also genügend Spielraum, um Ihrer Idealvorstellung möglichst nahe zu kommen.
- Und schließlich: Sprechen Sie erst dann, wenn Sie etwas Wichtiges zu sagen haben.

Taktik und Gegentaktik der Manipulation

Die bei Preisverhandlungen am häufigsten eingesetzte Taktik besteht darin, einen Verkäufer durch übertriebene Skepsis und Bedenken "ins Schwitzen zu bringen". Hierbei lässt man Sie Ihr Angebot ausführlich darstellen, zeigt sich durchaus interessiert und beeindruckt, stellt unter Umständen gezielte Fragen, äußert dann aber abschließend: "Das ist ja alles ganz wunderbar, aber Sie sind eindeutig zu teuer." Und erhofft sich davon, Sie so unter Druck zu setzen, dass Sie lieber deutlich nachgeben, als die Verhandlung scheitern zu lassen.

Der einfachste Weg, dieser Methode zu begegnen ist, sich nicht aus der Ruhe bringen zu lassen und Gegenfragen zu stellen, etwa: "Finden Sie? Warum sind wir denn zu teuer?" Sie zwingen so die Gegenseite, ihre Skepsis begründen zu müssen; meist reicht dies schon aus, dass sie nun ihrerseits ihre Taktik aufgibt.

Text 11

Der dritte Schritt: Beurteilen Sie die Gegenvorschläge

Die Gegenseite ernst nehmen

Es mag Ihnen banal erscheinen, aber Sie sollten es sich immer wieder bewusst machen: Auch die Gegenseite hat konstruktive, auf das letztendliche Gelingen der Verhandlung zielende Vorschläge. Nehmen Sie die Vorschläge der Gegenseite also ernst.

Sobald die andere Partei aber ein Angebot unterbreitet sollten Sie unbedingt eine spontane Reaktion vermeiden - weder in positiver noch in negativer Hinsicht. Denn: Seien Sie sich bewusst, dass die Gegenseite Sie genau beobachtet, um aus Ihrer Reaktion Schlüsse zu ziehen.

Auf Präzisierung hinarbeiten

Zunächst gilt: Lassen Sie sich nichts anmerken. Da Sie niemand zwingt, Ihrerseits sofort einen Vorschlag zu unterbreiten, hindert Sie nichts daran, das Angebot der Gegenseite zu rekapitulieren. Das hilft Ihnen, über das Gesagte nachzudenken und die richtigen Fragen zu stellen. Denn für den weiteren Verhandlungsverlauf ist es unabdingbar, dass Sie das Angebot und die Position der Gegenseite vollständig begreifen.

Sodann gilt: Zeigen Sie Widerstand. Denn dies ist nicht nur der Zeitpunkt, alle unklaren Punkte auszuräumen, sondern vor allem die Grenzen der Gegenpartei auszuloten und sie zu Verbesserungen zu zwingen. Und: Es gilt auch, dass Sie sich Respekt verschaffen. Mit anderen Worten: Akzeptieren Sie niemals sofort das erste Angebot.

Gewinnen Sie Zeit

Es ist immer von Vorteil, die Gegenseite mit gezielten Fragen ein wenig hinzuhalten. Zum einen können Sie auf das Angebot umso sicherer reagieren, je besser Sie es verstehen. Zum anderen erhöhen Sie so den Zeitdruck, unter dem die Gegenseite steht, und können sie so leichter zu Zugeständnissen zwingen. Die wichtigsten Fragetypen haben wir in einer Übersicht für Sie zusammengestellt. Drei Tricks können Sie anwenden, um Zeit zu gewinnen, ohne den Erfolg der Verhandlung zu gefährden:

1. Indem Sie die Gegenseite gezielt unterbrechen - aber Vorsicht! Tun Sie dies nur dann, wenn diese Unterbrechung zur Klärung des Angebots der Gegenseite beiträgt oder den Versuch einer Rückkehr zur Diskussion darstellt. Niemals indessen darf sich der Gegenseite der Verdacht des "Zeitschindens" aufdrängen.
2. In die gleiche Richtung zielt eine weitere Methode: Stellen Sie auf jede Frage eine Gegenfrage, oder haken Sie Ihrerseits an verschiedenen Punkten fragend nach. Auch dies erweitert Ihr Wissen um die Hintergründe und Absichten der Gegenseite, die mit deren Angebot verbunden sind. Und je mehr Informationen Sie erhalten, desto besser für Ihre Gegenvorschläge.
3. Der dritte Trick, mit dem Sie Zeit gewinnen können, ist das Beantragen einer Sitzungsunterbrechung. Diese können Sie leicht mit der Begründung erreichen, dass Sie sich mit Ihrem Team besprechen wollen, um das Angebot sorgfältig zu prüfen. Diesen

Trick sollten Sie vor allem dann anwenden, wenn sich Ihnen unterschiedliche Reaktionen auf das Angebot in Ihrem Team anzudeuten scheinen (und dann ist es eigentlich kein Trick mehr, sondern der "rettende Anker", um der Gegenseite keine Angriffspunkte zu liefern).

Der oberste Grundsatz bei allen Verzögerungstaktiken ist jedoch: Setzen Sie solche Tricks nur äußerst behutsam und mit größtmöglicher Vorsicht ein.

Ihre Antwort

Ist die Diskussionsphase des Angebots der Gegenseite zum Abschluss gekommen, gilt: Fassen Sie es, möglichst mit den Worten der Gegenseite, zumindest unter Verwendung von deren Schlüsselbegriffen, zusammen. Und nun ist der Zeitpunkt gekommen, Ihr Gegenangebot zu unterbreiten. Hierfür gilt es, Folgendes zu beachten:

- Was können Sie anbieten, um ein für die Gegenseite attraktives Gegenangebot zu machen?
- Welche Prioritäten hat die Gegenseite gesetzt? Wo sind Zugeständnisse möglich, wovon wird sie wahrscheinlich nicht abrücken wollen?
- Wo liegen Ihre Prioritäten? Nehmen Sie mit Ihrem Angebot unbedingt Dinge auf, die Ihnen unwichtig erscheinen. Dies unterstreicht Ihre Kompromissbereitschaft.
- Machen Sie mit Ihrem Angebot deutlich, dass jedes Zugeständnis für Sie ein herber Verlust ist, aber betonen Sie stets die Notwendigkeit einer Einigung.
- Zentrieren Sie die einzelnen Punkte Ihres Angebots um solche Positionen, wo Ähnlichkeiten in den Verhandlungspositionen liegen.

Zusammengefasst

- Mit einer vorschnellen Reaktion auf Angebote der Gegenseite schwächen Sie Ihre eigene Position.
- Geben Sie Informationen niemals einfach her, sehen Sie auch diese als Teile eines möglichen Kompromisses.
- Es gibt keine dummen Fragen, es gibt nur dumme Antworten. Je mehr Informationen Sie erhalten, desto besser.
- Fassen Sie Vorschläge der Gegenseite immer zusammen, möglichst mit deren eigenen Worten. Dies ist das wirksamste Mittel, Missverständnissen vorzubeugen.
- Bitten Sie notfalls um eine Unterbrechung, damit Sie neue Vorschläge beraten können. Beantragen Sie eine Unterbrechung insbesondere dann, wenn Sie unterschiedliche Positionen in Ihrem Verhandlungsteam bemerken.

Text 12

Übersicht: Die wichtigsten Frageformen

Gruppe 1: Öffnende Fragen

Zielfragen: "Wieviel Zeit werden Sie für die Fertigstellung XY brauchen?" - "Wann können Sie liefern?"

Definitionsfragen: "Was verstehen Sie unter Produktmarketing?" - "Was genau meinen Sie mit ‚Lieferung auf Abruf?'"

Begründungsfragen: "Welche Vorteile können wir von der Unterstützung Ihres PR-Beraters erwarten?" - "Warum beauftragen Sie für Projektabschnitt X ein externes Unternehmen?"

Mittelfragen: "Wie finanzieren Sie Ihre externen Mitarbeiter?" - "Wer übernimmt die anfallenden Lieferkosten?"

Wertfragen: "Warum legen Sie soviel Wert auf dieses oder jenes Detail?" - "Weshalb ist es Ihnen so wichtig, dass Firma XY an dem Projekt beteiligt wird?"

Gruppe 2: Geschlossene Fragen

Ja-Nein-Fragen: Sie sind die verbreitetste Form der geschlossenen Frage. Ihr Prinzip ist das Fordern einer klaren Entscheidung für oder gegen einen Vorschlag: "Können Sie den vereinbarten Liefertermin einhalten?" - "Verfügen Ihre externen Mitarbeiter über genügend Erfahrung im Bereich XY?"

Suggestivfragen: Eng mit der Ja-Nein-Frage in Zusammenhang stehend, wird hier die gewünschte Antwort bereits in die Fragen "hineinformuliert": "Sie wollen doch bestimmt zu einem erfolgreichen Abschluss der Verhandlung beitragen?" (Ja!) - "Wollen Sie etwa, dass die Verhandlungen scheitern?" (Nein!)

Provokative Fragen: Provokative Fragen können zweierlei bewirken: Durch ihre Provokation können Sie die in der Verhandlung aufgebauten Beziehungen empfindlich stören, andererseits können sie das Denken von Blockaden weg hin zu "neuen" Lösungsmöglichkeiten führen: "Sie legen doch so großen Wert auf externe Mitarbeiter. Können Sie sich vorstellen, diese Arbeiten selbst zu übernehmen?" - "Sie sagen, Sie können Mitte des nächsten Jahres liefern. Wären Sie bereit, die Lieferung noch in diesem Jahr hinzukriegen?"

Alternativfragen: "Sollen wir dies an anderer Stelle besprechen oder benötigen wir einen zweiten Verhandlungstermin?" - "Benötigen Sie für die Umsetzung einen externen Berater oder kann das einer unserer Mitarbeiter übernehmen?"

Erlaubnisfragen: Sie eignen sich besonders, um einen bestimmten Verhandlungspunkt zum Abschluss zu bringen: "Darf ich Sie dann um Einsicht in die Projektpläne bitten?" - "Darf ich Ihnen nun unseren Vorschlag erläutern?"

Французский язык

Texte 1

La négociation commerciale

Partie 1. Qu'appelle-t-on négociateur?

La négociation commerciale est avant tout la recherche d'un compromis, en admettant bien sûr que les deux parties aient une attitude coopérative. Ce compromis est le résultat d'un processus qui a comme point de départ deux intérêts souvent divergents. Les deux parties veulent obtenir quelque chose: l'une un produit ou un service (acheteur) et l'autre une contrepartie financière (le vendeur). Dans une situation où les deux partenaires adoptent une attitude coopérative (opposée à compétitive), on peut raisonnablement parler d'une issue positive avec deux gagnants (win-win). Dans ce cas, les deux partenaires seront satisfaits de l'accord commercial conclu et de la relation humaine établie entre eux. Dans le cas contraire - attitude compétitive - on peut imaginer une issue négative avec un gagnant et un perdant (win-lose). Le gagnant profitera cette fois-ci, mais s'aliénera vraisemblablement son partenaire à l'avenir. Voilà pour une situation monoculturelle.

Lorsque la négociation met en présence des acteurs de cultures différentes, disons pour simplifier, des étrangers ne parlant pas la même langue et ayant des habitudes culturelles

différentes, le compromis à atteindre devra être lui aussi culturel. Les deux parties devront sortir gagnantes de ce processus au plan culturel également. Cela signifie concrètement que les deux partenaires devront, tout en restant eux-mêmes, céder quelque peu de leur attitude ethnocentrique, monoculturelle. Il ne s'agit pas, contrairement à de nombreuses idées répandues, de vouloir jouer le caméléon, de se fondre dans la peau d'un étranger. Non, il faut au contraire, tout en restant soi-même, aller à la rencontre de l'Autre et atteindre un compromis, viser à une synthèse des différences culturelles en présence.

Partie 2. A table: fourchettes ou baguettes?

Prenons un exemple pour illustrer cette démarche socioculturelle. Dans le cas d'une rencontre entre un homme d'affaires néerlandais et son homologue français, le déjeuner d'affaires marquera une différence culturelle assez prononcée. Pour le Hollandais, en effet, le déjeuner peut se résumer à une simple collation, quelques sandwiches accompagnés de café. Le Français, nous le savons tous, aime prendre du temps pour ce repas, surtout dans le monde des affaires. C'est pour lui un moment important dans la situation "négociation / communication", qu'elle soit mono- ou biculturelle. C'est l'occasion de faire connaissance, de parler de sujets plus généraux, de communiquer, de créer une atmosphère qui pourra être déterminante pour la suite des événements. Pour le Néerlandais, en revanche, il ne s'agit que d'un aspect minime qu'il redoute d'ailleurs souvent face à des Français car c'est à cet instant que la conversation prend des tournures informelles auxquelles il est souvent peu préparé, voire réticent et qu'il assimile souvent à une certaine stratégie, tactique malveillante pour s'éloigner du sujet proprement technique de la négociation. Chaque culture a sa propre approche situationnelle pour communiquer amicalement et créer une ambiance. Pour les Français et les Latins en général, c'est sans aucun doute la table; pour les Anglais, le "pub" en fin d'après-midi, les Finlandais, le sauna, etc. Force est pourtant de constater que certaines cultures ne possèdent pas ce lieu sacré - qui tient un peu du cliché - où l'on se réunit pour parler, en fait, de tout sauf des affaires.

Dans notre exemple franco-néerlandais, nous nous trouvons donc en situation très contrastée, culturellement parlant. Comment atteindre ici un compromis culturel, une synthèse? Selon notre approche, l'un et l'autre doivent aller à la rencontre de l'Autre. Si le déjeuner a lieu aux Pays-Bas, il serait de règle pour les néerlandais d'emmener son partenaire français au restaurant et de lui offrir un repas léger (mais chaud comme diraient les Hollandais!). Et non de se contenter de faire venir quelques "tartines" avec du café et de les consommer sur place, au bureau même. En France, le déjeuner devra être également pris par exemple au restaurant d'entreprise ou dans une brasserie au coin de la rue. Il ne s'agit ici bien entendu que d'une situation générale. Toute contrainte de temps, de circonstances, ou encore de personnes peut modifier ce modèle idéal et faire pencher la balance culturelle d'un côté ou de l'autre. S'il y a un trop grand décalage¹⁵, il faudra alors rétablir l'équilibre lors d'une rencontre ultérieure.

Texte 2

Soyez les bienvenus!

Pierre Laroche, le directeur commercial d'une compagnie française, arrive de Paris à l'aéroport Borispol. Il vient pour visiter une compagnie ukrainienne qui veut acheter l'équipement fabriqué par sa Maison. Voici le dialogue entre lui et les représentants de la firme ukrainienne.

A l'aéroport

- Bonjour, Monsieur! Je m'appelle Andrei Pavienko. Je suis responsable du secteur commercial d'exportation de la compagnie Orion.
- Enchanté! Je m'appelle Pierre Laroche. Je suis responsable du secteur commercial de la Maison Aubert. Voici ma carte de visite. Je veux vous présenter mon collègue Jean-Paul Lecomte. Il est de Belgique.
- Vous êtes Belge, Monsieur Lecomte?
- Non, je suis Français, mais j'habite en Belgique, à Bruxelles.
- Et quelle est votre profession?
- Je suis ingénieur. Mais je travaille comme directeur technique.
- Enchanté de faire votre connaissance!
- Prenez place, s'il vous plaît.
- Est-ce la première fois que vous visitez l'Ukraine?
- Non, nous sommes ici pour la troisième fois.
- Excusez-moi. Permettez-moi de vous présenter le vice-président de notre Compagnie Monsieur Vladimir Petrenko.
- Enchanté, Monsieur.
- Moi aussi.
- Que désirez-vous? Café? Thé? Jus?
- Une tasse de café, s'il vous plaît.
- Oh, vous parlez très bien français.
- Merci, mais mon français est encore assez pauvre. Pour maîtriser une langue étrangère il faut travailler beaucoup et régulièrement.

En voiture

- Est-ce que mon chauffeur peut vous aider à porter votre valise?
- Oh, oui, je vous remercie.
- Nous allons au bureau de notre Compagnie qui se trouve au centre de la capitale. Il faut une demi-heure pour y aller. C'est à cinquante kilomètres de l'aéroport.

Au bureau

- Je veux vous présenter à M. Kovai, notre Directeur général.
- Enchanté de faire votre connaissance, M. Koval.
- Soyez les bienvenus! Prenez place, s'il vous plaît. Est-ce que vous visitez Kiev pour la première fois?
- Non, c'est notre troisième visite.
- Et quelles sont vos impressions de notre capitale?
- J'aime beaucoup votre ville, elle diffère beaucoup de Paris.
- Monsieur Laroche et Monsieur Lecomte, j'espère que votre visite sera agréable et fructueuse.
- Merci, nous aussi, nous espérons que notre rencontre sera utile.
- Permettez-moi de vous présenter notre personnel. Voici ma secrétaire Mademoiselle Horlenko.
- Enchanté, Mademoiselle Horlenko.
- Moi aussi. Appelez-moi tout simplement Sophie.

- Je veux vous présenter aussi Monsieur Serguei Sokolov, notre responsable du secteur technique.

- Prenez place, s'il vous plaît.
- Vous fumez? Une cigarette?
- Oui, merci.
- Voulez-vous prendre quelque chose à boire?
- Oui, si possible une tasse de café, s'il vous plaît.
- Sophie, peux-tu préparer du café pour nous, s'il te plaît?
- Certainement, Monsieur. Vous préférez le café noir ou au lait?
- Noir, mais avec du sucre, s.v.p.

- A propos, Monsieur Laroche, quelle est votre formation?
- Voici ma carte de visite. Je suis ingénieur. Mais dans ma compagnie je suis directeur commercial.
- Alors, passons à nos affaires, Monsieur Laroche. Nous voulons élargir et améliorer notre production. Pour le moment nous importons plusieurs produits fabriqués en Europe occidentale. Nous savons que votre compagnie produit l'équipement nécessaire pour nous. C'est pourquoi nous nous sommes intéressés à votre équipement.
- Je dois vous dire que nous avons considérablement amélioré la qualité de notre équipement et, en outre, nous avons baissé son prix.
- Je pense que notre directeur commercial doit visiter votre compagnie pour voir votre production.
- D'accord. Je peux vous présenter quelques matériels publicitaires pour étudier les caractéristiques principales de notre équipement.
- Merci, Monsieur Laroche, pour l'information. Notre chauffeur vous ramènera à l'hôtel pour vous reposer.

A demain, Messieurs, au revoir.

Texte 3

En mission d'affaires

Andrei Pavlenko, directeur commercial de la Compagnie Orion, va en France en mission d'affaires. Il donne un coup de téléphone à Pierre Laroche et demande de réserver une chambre à l'hôtel.

Coup de téléphone

- Allô, bonjour, Madame! Je suis directeur commercial de la Compagnie ukrainienne Orion. Je voudrais parler à Monsieur Laroche de la Compagnie Aubert.
- A Monsieur Laroche? Quel est votre nom?
- Je suis Andrei Pavlenko de Kiev.
- Attendez une minute, s.v.p. (s'il vous plaît). Ne quittez pas... Allô, monsieur Laroche, votre correspondant est en ligne.
- Allô, ici Maison Aubert, je vous écoute. Ah, bonjour, c'est vous, Andrei. Je vous confirme vos réservations. L'hôtel Rex vous réserve une chambre à un lit avec douche à partir de mardi, le 8 avril, pour quatre jours.

- Merci. Avez-vous reçu notre fax? Alors, j'arrive le 10 avril car je dois régler une affaire urgente à Varsovie.
- Ce n'est rien. Téléphonnez-nous de Varsovie.
- D'accord. Comment épeler le nom de l'hôtel?
- R-E-X. [er-ə-iks]. Rex.
- Merci et au revoir, Monsieur Laroche.

Réservation d'une chambre à l'hôtel

- Allô! L'hôtel Rex à l'écoute. Puis-je vous aider?
- Oui, Madame, je veux réserver une chambre à un lit pour trois nuits à partir de mercredi, le 10 avril, jusqu'à samedi, le 13 avril inclus.
- Oui, Monsieur. Une chambre à un lit pour trois nuits avec petit déjeuner. C'est ça?
- Oui, c'est correct.
- Quel est votre nom, s.v.p.!
- Ce n'est pas pour moi, c'est pour Monsieur Orlenko.
- Pouvez-vous épeler, s.v.p.!
- Oui, bien sûr. O-R-L-E-N-K-O.
- Merci, Monsieur.
- Merci, Madame.

Achat de billet

- Bonjour, Monsieur. Que désirez-vous?
- Je veux aller à Paris. Avez-vous des places libres pour vendredi, la semaine prochaine.
- Vous volez tout seul, Monsieur?
- Oui, Madame.
- Quelle classe?
- Touriste.
- Une minute, Monsieur. Je vérifie... Il y a quelques places libres.
- Très bien.
- Quel est votre nom, Monsieur?
- Victor Koval.
- D'habitude, nous vendons aux citoyens ukrainiens les billets aller-retour.
- O. K. [оке]. Combien coûte ce billet?
- C'est mille deux cent trente-six hryvnias, la taxe d'aéroport incluse.
- Voilà. Vol PS 501.
- Quelle est l'heure du départ du vol?
- C'est à 7 heures 55 du matin, vous devez vous enregistrer à une heure d'avance, Monsieur.
- Et à quelle heure arrive-t-il à Paris?
- A dix heures et demie. Il y a une heure de différence, vous le savez.
- Je vous remercie, Madame.
- De rien, Monsieur.

Texte 4

Les institutions politiques de la Ve République

La Ve République prend naissance en 1958 lors de la crise politique aiguë provoquée par la guerre en Algérie, déclenchée par les milieux dirigeants de la IV^e République en 1954. La Ve République a amassé l'expérience des quatre Républiques précédentes et leurs traditions constitutionnelles. La Constitution de 1958 comprend un préambule, des titres qui définissent la nature même de l'Etat, les institutions, le fonctionnement des institutions. Les institutions sont : le Président de la République, le Gouvernement, le Parlement, le Conseil constitutionnel, la Haute Cour de Justice, le Conseil économique et social.

- Le pouvoir exécutif est assumé par le Président de la République et le Gouvernement. Aux termes de la Constitution, c'est au Gouvernement qu'il revient de conduire et de déterminer la politique de la Nation. Le Parlement ne peut qu'avoir un rôle de contrôle.

Le Président de la République est depuis une réforme adoptée par le référendum [referendum] du 25 octobre 1962, élu au suffrage universel direct pour 7 ans. Le chef de l'Etat français est le gardien de la Constitution, le garant de l'indépendance et de l'intégrité du territoire.

Le Président a les prérogatives suivantes. Il nomme le Premier ministre, et sur proposition de celui-ci les autres membres du gouvernement. Il promulgue les lois et peut soumettre au référendum tout projet de loi portant sur l'organisation des pouvoirs publics. Il peut, après consultation du Premier ministre et des présidents des Assemblées, prononcer la dissolution de l'Assemblée nationale. Sur le plan national, il préside le Conseil des ministres, signe les ordonnances et les décrets délibérés en Conseil des ministres. Dans le domaine international, il accrédite les ambassadeurs nationaux, et les ambassadeurs étrangers sont accrédités auprès de lui. Il négocie et ratifie les traités. Dans certains cas graves (article 16) il prend des mesures exigées par les circonstances. Le Président est le chef des armées et à ce titre il peut donner seul l'ordre d'utiliser l'arme nucléaire.

Le Président n'est responsable des actes accomplis dans l'exercice de ses fonctions qu'en cas de haute trahison. Il est alors jugé par la Haute Cour de Justice. Le Président de la République réside au palais de l'Élysée à Paris (55, rue du Faubourg-Saint-Honoré).

Le Premier ministre dirige l'action du Gouvernement lequel détermine, comme nous avons dit plus haut, la politique de la Nation, qu'il conduit. Il porte, donc, avec le Président, la charge essentielle de la conduite de la politique française. Le Premier ministre assure l'exécution des lois, notamment aux emplois civils et militaires, est responsable de la Défense nationale. Le Gouvernement se compose de ministres, qui sont solidairement responsables de la politique gouvernementale. En particulier ils doivent défendre la politique et les intérêts français au niveau des institutions européennes. Ils participent chaque semaine au Conseil des ministres où ils doivent être entendus chaque fois qu'ils le demandent. Les fonctions de membre du gouvernement sont incompatibles avec l'exercice de tout mandat parlementaire, de tout emploi public ou de toute activité professionnelle. Les actes administratifs des ministres sont dits "arrêtés ministériels" et sont publiés au "Journal Officiel". Le Premier ministre réside à l'Hôtel Matignon à Paris (57, rue de Varenne).

- Le pouvoir législatif est exécuté par le Parlement qui comprend deux chambres : l'Assemblée nationale et le Sénat. L'Assemblée nationale est élue au scrutin universel direct pour 5 ans par les citoyens des deux sexes âgés de plus de 21 ans. Elle comprend 577 députés pour la métropole, les départements d'outre-mer (D.O.M.) et les territoires d'outre-mer (T.O.M.). L'Assemblée nationale siège au Palais Bourbon (126, rue de l'Université).

Le Sénat est élu pour 9 ans au scrutin universel indirect par un collège électoral composé des députés, conseillers généraux et délégués des conseils municipaux ou leurs suppléants. Il est renouvelable par tiers tous les trois ans et se compose de 319 sénateurs. Le Sénat siège à Paris au Palais du Luxembourg (15, rue de Vaugirard). L'exercice de tout mandat parlementaire est incompatible avec des fonctions gouvernementales, une fonction du conseil constitutionnel ainsi qu'avec certaines professions (par ex. celle de chef d'entreprise ou d'agent immobilier).

Le fonctionnement du Parlement. Il se réunit chaque année en deux sessions ordinaires (octobre-décembre et avril-juillet). Il peut être convoqué en session extraordinaire par décret du Président, à la demande du Premier ministre ou de la majorité des députés, sur un ordre du jour déterminé. Les séances des deux assemblées sont publiques. Le compte-rendu intégral des débats est publié au "Journal Officiel de la République Française".

L'immunité parlementaire. Aucun membre du Parlement ne peut être poursuivi, arrêté ou jugé à l'occasion des opinions ou votes émis par lui dans l'exercice de ses fonctions. De même, aucun membre du parlement ne peut, pendant la durée des sessions, être poursuivi ou arrêté en matière criminelle ou correctionnelle qu'avec l'autorisation de l'Assemblée dont il fait partie, sauf en cas de flagrant délit.

Texte 5 **Au bureau d'une compagnie française**

Monsieur Pavlenko est au bureau de la Société Aubert. Il a une rencontre avec les responsables de cette compagnie.

- Bonjour, Monsieur Pavlenko! Comment ça va?
- Merci, ça va. Et vous?
- Très bien, merci.
- Permettez-moi de vous parler un peu de notre Compagnie. Comme vous le savez, M. Pavlenko, nous produisons des équipements technologiques. Notre Compagnie comprend 5 départements: Production, Ventes, Marketing, Personnel et Finances, Développement et recherches. Ce dernier a été créé il y a trois ans

- Conformément à votre statut juridique, êtes-vous une Société en nom collectif (S.N.C.)?
- Exactement, nous en sommes... Notre Maison est gérée par le Conseil des directeurs. M. Louis Favier est le Président de notre Maison. Le personnel compte environ 700 personnes. Notre chiffre d'affaires représente plus de 800 millions de francs. Vous allez travailler avec notre département de ventes. Nous exportons notre équipement dans plusieurs pays du monde. En plus, nous avons deux filiales en Allemagne et en Belgique.
- Est-ce que ces filiales produisent le même équipement technologique?
- Oui, mais elles produisent encore des articles électroménagers. A présent nous cherchons de nouveaux partenaires en Europe de l'Est. On voudrait lancer de nouveaux produits sur le marché ukrainien. Vous êtes notre premier partenaire ukrainien, c'est pourquoi le Directeur général est parti à Kiev pour établir des contacts personnels avec les représentants de plusieurs sociétés. Est-ce que vous avez étudié nos propositions d'affaires?
- Oui, nous les avons étudiées soigneusement.
- Avez-vous pris nos listes de prix et nos catalogues?
- Oui, je les ai pris et j'ai aussi les copies de vos lettres. Je crois que nous pouvons dresser le projet de notre contrat durant cette semaine et le conclure finalement après ma consultation par téléphone avec mon Directeur.

- D'accord. Passons à nos affaires. Nous allons discuter aujourd'hui et demain les conditions de paiement et de livraison.
- Ça va. Et après-demain nous allons parler d'emballage et de transport.
- Je voudrais aussi visiter vos ateliers de production ainsi que les curiosités de la ville.

- Oui, bien sûr. Vous aurez assez de temps pour le faire.
- J'espère que je pourrai faxer le projet du contrat à mon Directeur pas plus tard que mercredi prochain.
- Hspisrons-le. Cela va dépendre tout d'abord de votre travail mutuel avec le département commercial.
- Et ce soir vers 19 heures je vous invite à dîner au restaurant "Chez les Gaulois".

- Merci pour l'invitation.
- A bientôt.
-

Texte 6

Contrat

La Société à responsabilité limitée "X", enregistrée au Registre du Commerce et des Sociétés le 13 janvier 1989 sous le numéro B 356 182 et dont le siège se trouve à 136, rue..., 75... Paris, France, représentée par Monsieur Jean Dupont, Gérant, agissant sur la base des pouvoirs qui lui sont conférés par les statuts, dénommée ci-après le Client, d'une part, et la Société par actions de type ouvert "Y", enregistrée le 24 juin 1994 dans l'Administration d'Etat de l'Arrondissement Petcherski de la ..ville de Kiev, Ukraine, le numéro d'enregistrement d'Etat: 0352 - 3812 AT, dont le siège se trouve à 5, rue Souvorov, 252032 Kiev, Ukraine, représentée par Monsieur Vassil Pétrenko, Directeur général, agissant sur la base des pouvoirs qui lui sont conférés par les statuts, dénommée ci-après le Fournisseur, d'autre part, ont conclu le présent contrat.

- **Objet du contrat**
 - Le Fournisseur livre au Client les marchandises dont les noms et les quantités sont indiqués dans l'Annexe 1 qui est une partie intégrante du présent contrat.
 - Les marchandises sont livrées dans le délai de 50 jours à partir de la date de signature du présent contrat.

- **Obligations des parties**
 - Le Fournisseur s'engage à livrer les marchandises dans les quantités et dans les délais prévus par le présent contrat.
 - La qualité des marchandises livrées doit correspondre aux standards.
 - Le Client s'engage à recevoir et à payer les marchandises livrées.

- **Prix du marché et conditions de paiement**
 - Le prix des marchandises livrées dans le cadre du présent contrat s'élève à... FF.

Ce montant n'est pas assujetti à la TVA.

- Les frais de transport des marchandises à destination indiquée dans l'Annexe 2 qui est une partie intégrante du Contrat, sont à la charge du Fournisseur.

- Dans le délai de 3 jours après la signature du présent contrat, le Fournisseur facture au Client une avance sur le prix des marchandises dont le montant représente... FF.
- Dans le délai de 10 jours suivant la livraison des marchandises et la signature de l'acte de réception des marchandises par le Client, le Fournisseur facture le solde du prix.
- Les factures du Fournisseur sont réglées par le Client dans le délai de 15 jours après leur réception. Le paiement est effectué par virement bancaire sur le compte du Fournisseur en FF ouvert auprès de la Banque...

Les commissions bancaires des virements sont à la charge du Client.

- Résolution des litiges
- Dans le cas où des différends apparaîtraient à l'occasion de la réalisation de ce contrat, les parties essaieront de trouver une solution amiable; dans le cas où cela serait impossible, les litiges seraient réglés conformément à la réglementation ukrainienne.
- Les parties ne sont pas responsables du non-accomplissement des obligations résultant du présent contrat en cas d'empêchement par suite d'une force- majeure.

Fait à Kiev, le 15 septembre 1997

Pour le Client

Pour le Fournisseur

Signature

Signature

Texte 7 Commerce. Artisanat

Le commerce traditionnel et l'artisanat connaissent depuis 1975 une période de renouveau. C'est en effet le moyen pour les Français de gagner la vie. Pour un certain nombre de travailleurs manuels, l'artisanat permet de trouver un emploi.

La défense du secteur commercial a été préparée par la loi de décembre 1973. En confiant à des commissions d'urbanisme commercial le pouvoir d'autoriser l'implantation des grandes surfaces, les pouvoirs publics ont donné un coup d'arrêt à la construction anarchique des magasins concurrents du petit commerce et de l'artisanat. De plus, un certain nombre de mesures ont renforcé la protection sociale et l'égalité fiscale.

Le commerce proprement dit, avec 450 000 entreprises, 79 000 pour le commerce de gros et 371 000 pour le commerce de détail, représente 31% du total des entreprises. Le commerce de détail alimentaire, les boulangeries, les boucheries ont subi la plus forte amputation. Mais globalement, le secteur est en augmentation - faible, il est vrai. La population active vivant du commerce a augmenté, passant de 2,2 millions à 2,3 millions, en raison sans doute du nombre d'employés dans les hypermarchés (près de 400) et les supermarchés (près de 3 500).

Pour le seul secteur de la distribution, on recense en France 8 800 établissements, plus de 20 millions de mètres carrés, 328 centres commerciaux, 4 811 magasins de commerce intégré, 3 316 magasins d'équipement de la maison et 372 spécialisés dans le jardinage. 223 supermarchés, 18 hypermarchés se sont ouverts depuis la fin 1978.

A côté des grands magasins traditionnels - comme le Printemps, les Galeries Lafayette, Dames de France, Nouvelles Galeries - les magasins populaires - Prisunic, Printania -

bénéficient de l'atout considérable d'être situés en ville, sur des lieux de passage. Mais ce sont les magasins de bricolage qui connaissent la plus forte expansion.

La publicité et les nouvelles techniques de vente ont assuré une forte expansion au commerce intégré, aux dépens du commerce indépendant. De 1968 à 1975, 10 000 entreprises artisanales ont disparu chaque année. Cette dégradation de la situation dans l'artisanat est actuellement arrêtée. On constate une augmentation du nombre des fonds de commerce et des artisans. Associés dans des groupements volontaires, rassemblés dans des centres commerciaux, les commerçants ne ressemblent plus aux petits boutiquiers des années 1960. Souvent c'est dans le secteur de l'hôtellerie, de la restauration, des voyages et des loisirs que la progression est la plus forte.

71 000 nouveaux apprentis se sont inscrits en 1978, soit un nombre total d'apprentis (1^{re} et 2^e années) est de 135 000. L'âge moyen d'un artisan qui s'installe est de 29 ans. 20 000 à 30 000 emplois ont été aménagés par an depuis 1976 dans l'artisanat.

A ce mouvement, l'Etat participe par des aides (prime d'installation artisanale, prime de développement artisanal, aide spéciale rurale, prime à la création d'entreprises), et des facilités d'accès au crédit: 3,7 milliards de prêts à taux préférentiel ont été distribués en 1979 à l'artisanat, ce qui devrait permettre l'installation et le développement de 40 000 entreprises artisanales, dont plus de 13 000 en faveur de jeunes artisans.

Texte 8

L'organisation de la profession bancaire en France

L'organisation de la profession répond au triple objectif suivant: favoriser l'épargne en assurant la protection des dépôts bancaires, contrôler le volume des crédits pour défendre la monnaie, et orienter la distribution du crédit en conformité avec la politique économique de la France. La profession est restée longtemps à l'abri de toute réglementation, malgré la loi du 19 juin 1930 qui interdit d'être banquier aux personnes ayant fait l'objet de condamnation pénale, et aux faillis non réabilités. C'est surtout à partir de la Seconde Guerre mondiale qu'apparaît une réglementation stricte et globale. Les lois des 13 et 14 juin 1941 organisent la profession bancaire sur un mode corporatif: celle du 2 décembre 1945 et les décrets de mai 1946 permettent la mise en place des moyens d'action indispensables à la direction de l'économie par l'Etat, parmi lesquels on peut citer notamment:

- la nationalisation de la Banque de France et les quatre établissements de crédit les plus importants,
- la création du Conseil national du crédit,
- la classification des banques en 3 catégories (de dépôts, d'affaires, de crédit à long et à moyen terme).

En 1966-67 diverses mesures sont prises pour préparer les banques à la concurrence de celles du Marché commun et pour les faire participer aux objectifs du V^e Plan. L'ensemble de ces mesures a institué une double tutelle de l'Etat qui porte à la fois sur les opérations bancaires et sur la structure du système bancaire français.

Enfin, dans le cadre des nationalisations décidées par le second gouvernement Mauroy, un projet de loi, transférant à l'Etat la propriété du capital des principales banques jusqu'alors demeurées privées, a été déposé-devant le Conseil d'Etat le 11 septembre 1981. Celui-ci a émis plusieurs réserves le 17, dont le Conseil des ministres du 23 a tenu compte. Les intentions gouvernementales laissent apparaître que cette nationalisation a été décidée dans le but d'assurer

aux pouvoirs publics une meilleure maîtrise du crédit et de sa distribution aux différents partenaires de l'économie. Mais la nationalisation ne cherche pas à réaliser un monopole du crédit, le pluralisme devant être développé entre les banques par le maintien ou la création de réseaux régionaux décentralisés.

La nationalisation ne concerne pas les banques étrangères, ni les banques françaises dont le capital appartient pour moitié à des personnes physiques ou morales étrangères, ni les établissements à statut légal spécial ou les sociétés à caractère coopératif et mutualiste.

Classement et spécialisation des banques

Les banques sont classées, en fonction de la stabilité de leurs ressources, en trois catégories, et de leur classement dépend la nature des activités qui leur sont permises.

- Les banques de dépôts. De loin les plus nombreuses, ce sont celles dont l'activité principale consiste à recevoir du public des dépôts de fonds et à effectuer des opérations de crédit. Elles ne peuvent détenir des participations dans des entreprises pour plus de 20% du capital d'une même entreprise et doivent respecter une certaine proportion entre leurs fonds propres et ces participations.

Obligation est faite aux banques de respecter un rapport minimal entre le montant de leur actif disponible et mobilisable et le total de leurs exigibilités à court terme. C'est le coefficient de liquidité.

- Les banques d'affaires. Ce sont "celles dont l'activité principale est la prise et la gestion de participations dans les affaires existantes ou en formation", et l'ouverture de crédits sans limitation de durée à ces entreprises. Elles ne peuvent investir dans ces opérations que des fonds provenant de leurs ressources propres ou des dépôts stipulés avec 2 ans au moins de terme ou de préavis. Elles peuvent, depuis 1966, ouvrir des comptes de dépôts, non seulement aux entreprises avec lesquelles elles sont en relations habituelles d'affaires mais encore à des non-commerçants (professions libérales, fonctionnaires, etc.).

- Les banques de crédit à moyen et à long terme. Ce sont "celles dont l'activité principale consiste à ouvrir des crédits dont le terme est au moins à 2 ans. Elles ne peuvent recevoir de dépôts sans autorisation du Conseil national du crédit, pour un terme inférieur à cette même durée. Elles sont soumises aux mêmes limitations que les banques de dépôts en ce qui concerne leurs participations". Cette catégorie ne représente qu'environ 1% du bilan total des banques inscrites.

En 1980, on comptait 391 banques en France: 288 banques de dépôts, 39 banques d'affaires et 64 banques de crédits à moyen et à long terme, dont les SICOMI (Sociétés immobilières pour le commerce et l'industrie).

Texte 9 **Au Salon International**

La Société Pulvérix a participé au Salon International à la porte de Versailles. A la fin du Salon, il faut faire le bilan. En effet, un Itand coûte fort cher: il faut louer un emplacement, décorer le itañid, payer du personnel pour distribuer de la documentation, faire des démonstrations pour les clients, inviter les gros clients...

Quel bénéfice l'entreprise en tire-t-elle?

L'entreprise trouve de nombreux avantages à cette participation. Cependant, à part les commandes fermes enregistrées durant le Salon, la plupart de ces avantages sont difficilement chiffrables. Il s'agit des Contacts noués avec la clientèle, avec le public et la concurrence.

- Durant les journées réservées aux professionnels l'entreprise reçoit ses clients.

L'exposition est aussi une occasion de nouer de nouveaux contacts. Toute la clientèle potentielle est présente et passera forcément devant le stand. Il s'agit de l'attirer, de l'informer par des distributions de brochures, des démonstrations... Le responsable prendra note du nom et de l'adresse des sociétés qui ont manifesté un intérêt pour les produits de l'entreprise et demandera au service commercial de leur rendre visite après le Salon pour discuter d'éventuelles relations commerciales. Aux clients qui passent une commande durant le Salon, on accordera des prix et des conditions attrayants.

- L'action de l'entreprise auprès du public est purement d'information. Les consommateurs viennent se renseigner, comparer les produits; un accueil aimable renforcera l'image de sérieux auprès des consommateurs.
- Le Salon est enfin l'occasion pour l'entreprise de voir tout ce qui se fait dans son domaine. Tous les concurrents, présents, exposent également leurs nouveautés. C'est donc le moment de faire des comparaisons, de se renseigner, de chercher à savoir quels produits ont la faveur des acheteurs. Tout cela peut contribuer à l'évolution de la stratégie et de la politique de l'entreprise.

Le succès de la participation à un salon se mesure donc à l'affluence enregistrée sur le stand et au nombre de contacts pris avec des clients.

Texte 10 **Le service des ventes**

Le responsable du service des ventes de la société nous accueille et nous parle de son service.

“Notre rôle, ici, est essentiellement d'assurer la vente des produits Pulvérix dans les meilleures conditions. Notre devise est simple: “Des clients qui reviennent pour des articles qui ne reviennent pas.”

Pour cela nous disposons d'une petite équipe de V.R.P. (voyageurs (de commerce), représentants, placiers – торговые агенты) très dynamiques, pour visiter les clients à domicile, recueillir leurs commandes et nous les transmettre. Ils doivent également établir chaque semaine un rapport détaillé sur les visites effectuées, les réactions de la clientèle, les efforts des concurrents, les difficultés rencontrées, etc.

De notre côté, nous aidons au maximum nos V.R.P. dans leur travail en organisant leurs tournées de visites, en leur remettant la documentation nécessaire: échantillons, catalogues, tarifs, argumentaire... Nous pouvons dire qu'aujourd'hui ce service fonctionne bien; nos représentants sont fortement motivés; il est vrai que leur rémunération - comme c'est généralement le cas dans cette profession - dépend du chiffre d'affaires réalisé: ils perçoivent un fixe plus une commission calculée en proportion des ventes.

Bien sûr, notre rôle ne s'arrête pas là. Il nous reste, une fois les commandes reçues, à les exécuter et à assurer la livraison au mieux..., sans oublier le service après-vente attaché à la garantie que nous accordons aux acheteurs de nos appareils.”

Texte 11

Transports

La croissance rapide de l'économie française a provoqué une augmentation très nette des trafics, grâce à la création de moyens de transports plus rapides, plus sûrs et plus économiques. Les transports par autoroutes prennent une importante croissance.

La France dispose d'un des meilleurs réseaux de route au monde: 90 000 km de voies de grande circulation, 300 000 km de routes départementales et 450 000 km de chemins vicinaux, bien entretenus et qui innervent l'ensemble du territoire. Malgré la hausse des carburants et le développement des transports collectifs, les Français préfèrent toujours l'automobile au train. Même pour les marchandises, le transport par route sur des distances supérieures à 50 km est en augmentation, il égale le transport par voie ferrée.

Les transports par chemin de fer continuent à jouer un rôle essentiel, mais ils sont entrés dans une nouvelle ère, celle des transports modernes, grâce à la réalisation d'un vaste réseau de lignes express.

Il y a en France 34 000 km de chemins ferrés dont 12 610 sont électrifiés. La France détient le record de vitesse (515 km/h) avec le TGV (train à grande vitesse), qui circule sur un réseau de 1268 km sur Bordeaux, Toulouse, Lille, Lyon, Marseille.

La Société Nationale des Chemins de Fer (SNCF), compagnie nationalisée, poursuit systématiquement l'électrification du réseau.

Depuis 1970 la SNCF a mis en service un train à turbine à gaz, le turbotrain (180 km/heure).

Le trafic marchandises qui reste important (70 milliards de tonnes/km, soit 36% des transports intérieurs de marchandises) est concurrencé par le transport en camions et porte conteneurs (43%).

Le trafic aérien avec ses 80 aéroports se situe au 2^e rang européen, avec les deux plateformes de l'Aéroport de Paris (Orly et Roissy - Charles de Gaulle) qui enregistre plus de 280 000 mouvements d'appareils commerciaux, 98,7 millions de passagers et 1,4 milliard de tonnes de fret par an. Avec ses 3 compagnies nationales, Air France, UTA et Air Inter, la France vient au 6^e rang mondial pour le trafic kilométrique aérien. Le trafic international représente les trois quart du trafic total.

– *Air France*, société mixte, seconde compagnie européenne, couvre le monde entier (190 escales dans 80 pays).

– *Union des Transports aériens (UTA)*, à capitaux privés, spécialisée dans les longs courriers sur l'Afrique et l'Extrême-Orient, transporte 800 000 passagers (45 escales dans 30 pays).

– *Air Inter*, compagnie uniquement intérieure, transporte plus de 5 millions de passagers, mais la mise en service de TGV sur Paris - Lyon - Marseille - Lille, l'une des lignes les plus fréquentées, fait concurrence au trafic aérien intérieur.

La France possède la 9^e flotte au monde. Marseille, Dunkerque, le Havre, Rouen, Nantes, Saint-Nazaire et Bordeaux sont les principaux ports français.

Texte 12

La protection sociale des Français

Les premières lois de protection sociale en France datent d'avant la seconde guerre mondiale. La loi du 9 avril 1898 sur les accidents du travail engage la responsabilité du chef d'entreprise, celle du 30 avril 1930 institue une protection contre la plupart des risques sociaux (maladie, maternité, invalidité, vieillesse et décès) pour certains salariés de l'industrie et du commerce. Enfin, dès 1932, des allocations familiales sont versées par certains chefs d'entreprise à leurs employés chargés de famille. Cependant, la totalité de la population ne bénéficie pas, en 1940, d'une protection sociale complète. Elle reste partielle [parsjsl], réservée à des catégories professionnelles particulières (fonctionnaires, mineurs, cheminots) ou, pour

l'essentiel [esœjel], aux salariés. En 1945, on fixe des objectifs qui encore maintenant, réglementent la protection sociale. Il s'agissait de créer un système de protection, géré par un réseau de caisses qui protégeraient l'ensemble des travailleurs contre les risques professionnels qui réduisent le budget familial (maladie, décès, vieillesse). On voulait concilier deux objectifs a priori contradictoires:

- le citoyen doit participer à la gestion de sa propre protection sociale. L'adhésion aux caisses de Sécurité sociale est obligatoire mais elles sont gérées par des conseils élus;
- la nation garantit à tous, notamment à l'enfant, à la mère, aux vieux travailleurs la protection de la santé, la sécurité matérielle, le repos et les loisirs.

Il est certain que ces objectifs n'ont pas été atteints parce que le système de Sécurité sociale n'est pas aujourd'hui uniforme. Il n'existe pas un seul, mais plusieurs systèmes de sécurité sociale d'inégale importance.

L'activité des caisses

La Sécurité sociale possède un budget considérable. Les dépenses représentent environ 23,5% du prélèvement sur les richesses nationales et sont constituées pour l'essentiel par les cotisations obligatoires. Le système de Sécurité sociale est contributif. Expliquons ce que cela signifie. Ainsi, pour bénéficier de la protection contre les risques de maladie ou maternité, il faut avoir travaillé dans la période immédiatement antérieure un nombre d'heures donné. Dans le même esprit, le montant de la pension vieillesse est lié à la durée de cotisation (37,5 ans).

Le système contributif est complété par un système d'assistance. Les personnes qui ne peuvent obtenir des prestations contributives (à cause des cotisations insuffisantes) peuvent bénéficier de prestations. Dans le domaine de la maladie, l'aide médicale (une des formes de l'aide sociale financée par l'impôt) permet l'accès au système de soins de ceux qui ne peuvent prétendre à la protection de l'assurance maladie. Il est à remarquer que la prise en charge n'est accordée qu'après examen des ressources. Pour ce qui est de la vieillesse, l'Etat et les différents régimes se partagent la charge d'une pension minimale appelée "minimum vieillesse". Cette pension est accordée aux personnes de plus de 65 ans dont les revenus personnels n'atteignent pas un certain niveau. Cela touche 1,8 millions de personnes, en majorité des femmes.

Les prestations sont:

- assurance maladie: les frais médicaux sont remboursés de 75% à 100%, les frais pharmaceutiques de 40 à 100%;
- prestations familiales recouvrent non seulement les prestations maternité, mais aussi les allocations familiales et d'autres avantages divers;
- prestations de vieillesse sont les retraites versées aux salariés à partir de 60 ans et le minimum vieillesse aux non-salariés.

En ce qui concerne les prestations maternité, la femme salariée qui attend un bébé, cesse son travail pendant 14 semaines (6 semaines avant et 8 semaines après l'accouchement). Elle a droit à 26 semaines de congé de maternité à partir du troisième enfant. Elle reçoit des indemnités journalières, identiques à celles versées aux salariés en congé de maladie. Les frais de maternité sont remboursés à 100%.

Les allocations familiales sont versées chaque mois à partir du deuxième enfant. Au premier juillet 1990 elles s'élevaient à 592 francs pour un enfant, 1370 francs pour trois enfants, 2900 francs pour cinq enfants. A ces allocations s'ajoutent des prestations (selon les ressources), comme, par exemple, l'allocation pour jeune enfant, l'allocation logement, l'allocation du parent isolé, l'allocation de rentrée scolaire et d'autres. L'allocation de rentrée scolaire s'élève à 400 francs par enfant, à 750 francs pour deux enfants, à 1150 francs pour trois enfants et est versée une fois au début de l'année scolaire.

Les accidents du travail sont la dernière catégorie des prestations. En cas d'invalidité due à un accident du travail, une pension mensuelle sera versée au salarié.

Malgré cela, la protection sociale complexe n'existe pas. Aussi, la nécessité d'une protection sociale complémentaire s'est fait rapidement sentir. Pour compléter leur protection,

notamment dans le domaine de la maladie, de nombreux assurés ont recours à des organismes privés, telles que les mutuelles. Elles fonctionnent grâce aux cotisations des salariés et leur permettent d'avoir une prise en charge complète, de leurs soins divers (médicaux, pharmaceutiques, dentaires, hospitaliers, etc.).

La proportion grandissante de retraités par rapport à celle des actifs ainsi que les progrès de la médecine ont conduit le régime général de la Sécurité sociale à un déficit cumulé de 125 milliards de francs pour les années 1993-1995. Face à cette situation, le gouvernement a dû mettre en place (février 1996) une nouvelle cotisation sociale (0,5% des revenus) afin d'assurer le remboursement de cette dette.

РЕПОЗИТОРИЙ БГУКИ

3. РАЗДЕЛ КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ

3.1. Методические рекомендации по организации самостоятельной работы студентов

В рамках изучения дисциплины «Практика ведения переговоров на иностранном языке» самостоятельная работа студентов подразделяется на аудиторную и внеаудиторную и направлена на углубление знаний по данной дисциплине и побуждение студентов к мотивированной учебной деятельности и всестороннему усвоению учебного материала.

Аудиторную самостоятельную работу составляют различные виды контрольных (проведение экспресс-опросов по конкретным темам в форме теста или игры), творческих (подготовка и проведение заранее разработанной деловой мини-игры) и практических заданий во время занятий.

Внеаудиторная самостоятельная работа студентов включает: выполнение письменного домашнего задания, подготовку сообщения по выбранной теме, составление мини-гlossария, тестовых заданий, написание эссе, подготовку проектов.

С целью контроля преподавателем качества выполнения самостоятельной работы студентами предлагаются следующие методические рекомендации:

- изучение программного материала по учебным пособиям и рекомендованным преподавателем литературным источникам;
- обучение студентов способам самостоятельной учебной работы, развитие у них соответствующих умений и навыков, выделение отдельных тем программы или её частей для самостоятельного изучения студентами;
- организация самостоятельной работы студентов в форме делового взаимодействия, когда студент получает конкретные указания и рекомендации об организации и содержании самостоятельной деятельности, а преподаватель выполняет функцию управления через контроль и коррекцию ошибок;
- промежуточный контроль самостоятельной работы студентов в виде тестовых заданий, кратких письменных работ, устных опросов и т.д.

При подготовке к практическим занятиям и в ходе самостоятельной работы по изучению материала курса студентам следует помнить, что различные деловые контексты требуют употребления определенных лексических единиц и грамматических конструкций для достижения поставленных целей. Таким образом, каждая тема курса требует отдельной тщательной проработки. При работе над отдельной темой рекомендуется придерживаться следующей последовательности:

1. *Информационный поиск.* Перед выполнением заданий по теме, необходимо собрать информацию о культурных реалиях рассматриваемого вопроса. Для сбора информации можно воспользоваться сначала источниками на родном языке, а далее – на изучаемом. Работая с информацией, полезно сопровождать чтение составлением словарного списка используемых единиц, распределяя их в алфавитном или тематическом порядке.

2. *Изучение лексики.* На данном этапе следует составить «вокабуляр» по изучаемой теме: отработать с русско-английским словарем перевод уже составленного списка слов и выражений по теме; воспользоваться предлагаемым во время аудиторных занятий тематическим словарем.

3. *Выполнение заданий и упражнений.* К работе над заданиями и упражнениями по теме целесообразно приступать только после прохождения предыдущих двух пунктов плана. Только в этом случае выполнение требуемых действий будет осознанным и плодотворным. Особое внимание на этом этапе следует уделять анализу типовых заданий. Прежде всего, следует попытаться выполнить по одному упражнению каждого вида. Затем сосредоточиться на дополнительной работе над теми видами заданий, которые вызывают наибольшие затруднения.

4. *Письменная или устная презентация по теме.* Обобщить полученные теоретические и практические знания по изучаемому разделу курса поможет систематизация полученных данных в устной или письменной форме с последующим обсуждением. Подобная презентация потребует особых навыков: сравнение, выявление отличий и общностей рассматриваемых реалий в родной и иноязычной культуре, а также умения вербально представить свои выводы. Чтобы последующее обсуждение результатов индивидуальной работы действительно способствовало тренировке навыков эффективного делового общения, следует максимально расширить контекст презентации, включая в нее конкретные данные, цифры, графики и т.д. Презентация может носить собственно информативный характер, исследовательский или творческий, связанный с созданием собственного плана, разработки, рекомендаций и т.д.

Работа над каждой темой в предлагаемой последовательности способствует выработке навыков как логического, так и практического характера, расширяет кругозор и словарный запас, позволяет быть не только пассивным реципиентом информации, но и активным участником информационно-языкового поиска и анализа, помогает приобрести необходимую для дальнейшей профессиональной деятельности компетенцию и уверенность в своих силах.

3.2. Перечень заданий УСР

Тестирование

Перевод профессионально ориентированных текстов на родной язык

Устно-речевое высказывание:

-монологического характера (сообщение, доклад);

-диалогического характера (беседа).

Специальные задания (проекты, презентации, симуляции).

РЕПОЗИТОРИЙ БГУКИ

3.3. Перечень средств диагностики

Основным средством диагностики усвоения знаний и овладения необходимыми умениями и навыками по учебной программе «Практика ведения переговоров на иностранном языке» является проверка заданий разнообразного типа (репродуктивных, реконструктивных, вариативных), выполняемых в рамках часов, отводимых на самостоятельную работу.

В качестве одного из элементов, рекомендуемого для выявления уровня учебных достижений студентов, используются тесты. Для диагностики могут использоваться фронтальный опрос на занятиях, консультация, письменная работа (эссе, проект) и т.д.

Для определения степени соответствия учебных достижений студента согласно требованиям образовательного стандарта также рекомендуется использовать проблемные и творческие задания, которые предусматривают эвристическую деятельность и неформализованный ответ.

3.4. Тренировочные контрольные работы

Английский язык

DURATION: 80 minutes

I. Complete the conversation with the passages below.

Secretary: Hello! Media Publishing, good morning.

Gerda Hoeness: 1) _____

Secretary: Oh, I am sorry. Mr. Pavlov is not here at the moment. Can I have your name again, please?

Gerda Hoeness: 2) _____

Secretary: Yes, Ms. Hoeness from Frankfurt.

Gerda Hoeness: 3) _____

Secretary: Yes, I'll ask him to do that. Does he have your number?

Gerda Hoeness: 4) _____

Secretary: I'll repeat that 4969754522.

Gerda Hoeness: 5) _____

Secretary: O.k. Thanks for calling. Mr. Pavlov will call you later today.

Gerda Hoeness: 6) _____

- a) That's right. Could you ask him to call me when he has got a moment?
- b) Correct.
- c) Oh, hello. My name is GerdaHoeness from Frankfurt. I'd like to speak to Mr. Stephan Pavlov, please.
- d) Yes, I think so. But in any case it's 4969754522.
- e) Oh, that's very good. Many thanks.
- f) Yes, GerdaHoeness. That's G-e-r-d-a, Gerda. And Hoeness spelled H-o-e-n-e-s-s.

II. Make up a dialogue based on the following tasks.

- Visitor:** Introduce yourself. Say you have an appointment with Sandra Bates.
Receptionist: Welcome visitor. Explain that Ms. Bates will be along in a few minutes. Offer a drink / refreshments.
Visitor: Decline this offer. Ask if you can use a phone.
Receptionist: Say yes. Offer fax as well.
Visitor: Decline – you only need the phone.
Receptionist: Show visitor to the phone.
Visitor: Thank him / her.
Receptionist: Reply – offer any other help.
Visitor: Ask how far it is to the station.
Receptionist: Two miles – ten minutes by taxi. Offer to book a taxi.
Visitor: Accept offer – suggest a time.
Receptionist: Promise to do that – say that Sandra Bates is free now.
Visitor: Offer to take him/her to Ms. Bates' office.
Receptionist:

III. Make a list of tips to prepare a good presentation.

- a) _____
- b) _____
- c) _____
- d) _____
- e) _____
- f) _____

IV. Fill in the blanks with suitable words from the box.

to resign	retire	to fire	redundant
voluntary	career ladder	career	
job	part-time	look for	

1. He does _____ work in a hospital.
2. There was no more work at the factory, so my company made me _____.
3. The new law will benefit people in _____ jobs.
4. Why don't you go out and _____ work instead of sitting around all day doing nothing?
5. I don't like what the company is doing, so I am going _____ and find another job.
6. _____ prospects within the company are excellent.
7. When I _____, I am going to read War and Peace.
8. It will be wonderful if I could move a few _____ rungs up before having a baby.
9. At least there's no danger of you losing your _____.
10. Pedro took money from the company, so they had _____ him.

V. Complete the chairperson's closing comments with the words in the box. There are two words you don't need to use.

conclusions	decision	discussion	issues
opinion	promise study	topic	

Well, colleagues, I think we've had a very constructive (a) _____ this afternoon, and a number of very important (b) _____ have been raised. But it's getting late, and I can see that we're not going to come to a (c) _____ today. It's important not to jump to any (d) _____ at this early stage.

Before the next meeting we need to carry out a detailed (e) _____ of all the options involved, and circulate it amongst everyone present. And if I can express my own (f) _____, I think that the report needs to take into account the financial costs as well as the marketing aspects of the project. Well, unless there's any other business, I think we can finish there.

VI. Put the following sentences into the correct order to reconstruct a dialogue between two American colleagues preparing to negotiate a contract.

- a) That sounds good to me. I'll let the rest of the team know our decisions.
- b) I think we should reduce our charges so that we are more competitive.
- c) We could ask for \$60 per hour for standard courses.
- d) How do you feel about charging \$100? They do take longer to prepare.
- e) I agree. We are far more expensive than other training companies. But what do you think we should charge?
- f) That's a good idea, but what do you think we should do about our specialized programs?

VII. Make a list of phrases used by the chair at a meeting.

1. to open a meeting
2. to introduce the agenda
3. to state the objectives
4. to introduce the discussion
5. to call on a speaker
6. to move the discussion on
7. to summarize
8. to close the meeting.

Немецкий язык

Aufgabe 1

Ordnen Sie bitte die Redemittel in die Tabelle ein. Manchmal sind mehrere Lösungen möglich, je nachdem, in welchem Tonfall und mit welcher Gestik die Erwiderung vorgetragen wird.

1. Ich bin nicht Ihrer Meinung.
2. So kann man das nicht stehen lassen.
3. Da muss ich Ihnen (deutlich) widersprechen.
4. Erlauben Sie mir, dass ich Ihnen widerspreche.
5. Bei allem Respekt, - aber das ist absurd.
6. Ich kann Ihnen aus mehreren Gründen nicht zustimmen: erstens (ist) ..., zweitens ...
7. Ihre Ansicht in allen Ehren, aber...
8. Ich bin nicht einverstanden mit dem, was Sie sagen.
9. Das ist in der Form nicht (so ganz) richtig.
10. Könnte es nicht vielleicht eher so sein, dass ...
11. Das ist schlichtweg falsch.
12. Ich kann mich dem nicht so ganz anschließen.
13. Das stimmt doch/aber nun wirklich nicht.
14. Ich kann ihnen da leider nicht zustimmen.
15. Ich bin da (ganz) anderer Meinung.

höflich widersprechen	widersprechen (neutral, rein sachlich)	barsch widersprechen (massiv ablehnend)

Aufgabe 2

Welche Antworten drücken Zweifel an der Glaubwürdigkeit (A), welche am Sachverstand des Gesprächspartners (B), welche Empörung (C) aus:

1. Sie sind ja ein Traumtänzer.
2. Sind Sie noch bei Verstand ?
3. So eine Spinnerei.
4. Glauben Sie wirklich, dass Ihnen das jemand abkauft?
5. Das nehme ich Ihnen nicht ab.
6. Das ist ja eine Unverschämtheit.
7. Sie führen mich jetzt aber an der Nase herum.
8. Das darf doch wohl nicht wahr sein.
9. Das entbehrt jeder Logik.
10. Wollen Sie uns eins in die Tasche labern?
11. Da fällt mir nichts mehr ein.
12. Hat man da noch Töne?

Aufgabe 3

Ordnen Sie die Redewendungen den passenden Erklärungen zu:

1. Reden Sie nicht um den heißen Brei herum!
 2. Wes' Brot ich ess', des' Lied ich sing'!
 3. Jetzt wollen Sie uns aber wirklich einen Bären aufbinden.
 4. Sie wollen uns hier (anscheinend) ein „X“ für ein „U“ vormachen.
 5. Nun lassen Sie aber mal die Kuh im Dorf!
 6. Das ist nun wirklich unter der Gürtellinie.
 7. Das schlägt dem Fass den Boden aus.
 8. Kriegen Sie sich mal wieder ein!
 9. Alles nur heiße Luft, die Sie hier ablassen.
 10. Das ist aber reichlich weit hergeholt.
-
- A. Vorwurf an den Gesprächspartner, sich unfair oder beleidigend verhalten zu haben
 - B. Vorwurf, das jemand die Tatsachen verdreht
 - C. Bitte an den Gesprächspartner, wieder zu einem sachlichen und weniger emotionalen Gesprächston zurückzukehren
 - D. Bitte an den Gesprächspartner, nicht zu übertreiben / eine Sache nicht unmäßig zu dramatisieren
 - E. Vermutung, dass der Gesprächspartner jemanden (scherzhaft) anlügt, dass er Unsinn erzählt, oder jemanden dazu bringt, etwas Unwahres zu glauben
 - F. Der Redebeitrag des Gesprächspartners ist empörend / unverschämt / eine Frechheit
 - G. Ausdruck dafür, dass man die Argumentation des Gesprächspartners für sehr konstruiert hält
 - H. Aufforderung, eine klare Antwort auf eine zuvor gestellten Frage zu geben und nicht auszuweichen.
 - I. Vorwurf an den Gesprächspartner, dass die von ihm angekündigten Handlungen/Versprechen nur leere Worte sind.
 - J. Anschuldigung, dass der Gesprächspartner nicht neutral ist und nach bestem Gewissen antwortet, sondern die Position einer bestimmten Interessengruppe vertritt, von der er abhängig ist.

Aufgabe 4

Lesen sie die folgenden Sätze. Ordnen sie sie zu den Smalltalkthemen zu. Welche gehören nicht zum Smalltalk?

1. Haben Sie die öffentlichen Verkehrsmittel genommen?
2. Es freut mich, dass Sie gekommen sind.
3. Ja, endlich richtiges Winterwetter! Ich habe meinem Mann versprochen, am Sonntag mit ihm Schlittschuh laufen zu gehen.
4. Wie mobil sind Sie?
5. Was interessiert Sie an unserer Branche besonders?
6. Ganz schön heiß heute.
7. Haben Sie uns gut gefunden?
8. Ja, danke schön. Die Anfahrtsskizze auf Ihrer Homepage war sehr hilfreich.
9. Ja, hier ist immer viel Verkehr und Parkplätze werden immer knapper.

Aufgabe 5

Weiter werden die häufigsten Fehler bei Verhandlungen beschrieben. Bei welchen Schritten lassen sich die Fehler (a-r) sicher beobachten? Notieren Sie a-r. (Mehrfachantworten möglich)

Phasen	Schritte	häufigste Fehler
Vorbereitung	I. Richtig vorbereiten	
Diskussion	II. Diskutieren und sondieren III. Signale senden	
Vorschläge	IV. Vorschläge machen V. Den Stand der Verhandlung überprüfen	
Abmachung	VI. Aushandeln VII. Abschließen VIII. Festhalten	

Die häufigsten Fehler

- a. Angebote machen, ohne Bedingungen zu stellen
- b. Ausgangs-/Abbruchposition nicht vorher bestimmen
- c. den falschen Zeitpunkt für letztes Angebot wählen
- d. den Gesprächspartner unterbrechen
- e. die eigenen Argumente immer aufs Neue wiederholen
- f. Einwände der anderen Seite ignorieren
- g. entgegenkommen, obwohl die andere Seite kompromisslos ist
- h. keine Prioritäten definieren
- i. keinen Verhandlungsspielraum festlegen
- j. Konzessionen ohne Gegenleistung machen
- k. mit dem „letzten Angebot“ bluffen
- l. nicht in akzeptabler Form festhalten, was vereinbart wurde
- m. sich auf einen einzigen Verhandlungsgegenstand beschränken
- n. sich über Forderungen beklagen, ohne Alternativen vorzuschlagen

- o. Signale des Partners ignorieren
- p. Übereinkünfte über einzelne Verhandlungsgegenstände statt über das Gesamtpaket treffen
- q. Verhandlungsgegenstände nur nach der eigenen Werteskala und nicht nach der der Gegenseite bewerten
- r. versuchen, beim Festhalten der Vereinbarung zu mogeln

Французский язык

1. Напишите, на каких языках говорят ваши деловые партнеры в разных странах:

Образцы:

- En France on parle français.
- En Allemagne on parle allemand.
- En Angleterre on parle anglais.
- En Ukraine on parle ukrainien.

Belgique, Suisse, Suède, Espagne, Italie, Canada, Australie, Pologne, États-Unis
(suédois, espagnol, italien, polonais, anglais, français, allemand)

2. Какими должны быть ваши ответы на следующие реплики:

- Bonjour!
- Bonsoir!
- A bientôt!
- A tout à l'heure!
- Au revoir!
- Salut!

- Comment allez-vous?
(Comment ça va?)
- Ca va?
- Voulez-vous une tasse de café?
- Merci!
- *Je suis heureux de vous voir!*

3. Представьте, что вам звонит деловой партнер из Франции. Выполните следующие действия:

- представьтесь, спросите по-французски, какую компанию он представляет;
- спросите, из какого города он звонит;
- узнайте его телефонный номер и код города, из которого он звонит;
- попросите позвонить его попозже, скажите, что вы в данный момент очень заняты.

4. Вам нужно позвонить во французскую фирму и сообщить о визите представителя вашей фирмы.

- Société Aubert, Paris. Bonjour.
- (Представьтесь. Попросите к телефону г-на Бертрана.)
- M. Bertrand en ce moment est en mission. Comment puis-je vous aider?
- (Спросите, когда он вернется.)
- Après-demain après-midi.
- (Попросите, чтобы он перезвонил в фирму **Орион**. Речь идет (il est question) о визите директора фирмы во Францию.)

- Ah, oui, je sais, votre Directeur général vient à Paris. Quand vient-il?
- (В начале апреля на 5 дней.)
- D'accord. Je réserve pour lui une chambre à l'hôtel.
- (Большое спасибо. О времени прибытия мы сообщим по факсу. До свидания.)

5. Найдите в нижней колонке ответы, соответствующие каждому из предложений верхней колонки. Диалог переведите.

- a. Que deviens-tu? Tu travailles toujours chez Pulvérix?
- b. C'est bien vous, Mlle Dumont, la nouvelle secrétaire?
- c. Pourrais-je avoir un renseignement, s'il vous plaît?
- d. Vous ne voyez pas que je suis occupé?
- e. Permettez-moi de vous présenter Mme Vermet?
- f. M. Favier n'a pas pu venir à la réunion.
- g. Vous avez déjà rencontré M. Labbé?
- h. Allô, le standard, le poste 431, s'il vous plaît?
- i. Allô, je suis bien au poste 745?
- j. Je voudrais parler à M. Cotrea, si c'est possible.

- 1. Oui, toujours.
- 2. C'est son fils qui le remplace.
- 3. Oui, qui demandez-vous?
- 4. Oui, c'est moi.
- 5. Ne quittez pas, je vous le passe.
- 6. Non, c'est la première fois.
- 7. Excusez-moi, je ne voulais pas vous déranger.
- 8. Il n'est pas là; voulez-vous lui laisser un message?
- 9. Très heureux de vous connaître.
- 10. Bon! Que voulez-vous savoir exactement?

6. Перед вами инструкция по использованию компьютера. В предложениях нарушена последовательность операций. Восстановите их логический порядок. Инструкцию переведите.

- 1. Ensuite entrez le numéro de code.
- 2. Dès que vous avez un résultat, mettez-le en mémoire.
- 3. D'abord, mettez le contact.
- 4. indiquez que vous abandonnez...
- 5. Puis vous ferez votre travail.
- 6. Si vous voulez vous servir de ce programme, voici ce qu'il faut faire:
- 7. Quand vous avez fini de travailler,
- 8. Vérifiez que tous les appareils sont bien allumés.
- 9. Enfin, n'oubliez pas d'éteindre les appareils.
- 10. Quand la machine aura enregistré le code,
- 11. en frappant sur la touche "K.I."
- 12. elle affichera sur l'écran que vous pouvez commencer.

7. Помогите советом незнакомому человеку на вокзале:

- Excusez-moi, où peut-on acheter un billet?
- Les guichets des trains de banlieue sont au dehors de la gare.

acheter un journal	dans la salle centrale	au dehors (à l'extérieur)
manger	à la consigne	au fond de
apprendre l'adresse	au kiosque de journaux	à gauche
laisser les bagages	au restaurant	à droite
consulter l'horaire des trains	au bureau de poste	en bas de
jeter une lettre	au bureau de	en haut
expédier un télégramme	dans la botte aux lettres	sur le quai

8. Представьте, что вы в Париже хотите остановиться в гостинице. Сформулируйте свои ответы на реплики клерка:

- Bonjour, Monsieur! Puis-je vous aider?
(Скажите, что вам нужен Одноместный номер с душем, туалетом и завтраком на одну неделю (pour une semaine).)
- Je regrette, Monsieur, mais toutes nos chambres avec douche sont occupées en ce moment.
(Спросите его, можно ли снять номер с ванной.)
- Je vais voir... Oui, il y a quelques chambres.
(Спросите, сколько стоит такой номер.)
- 160 francs par jour, de midi à midi. Vous ia prenez, Monsieur?
(Да, я беру комнату.)
- Bon. C'est le numéro 246. Voici la clef. L'ascenseur est à droite. Le garçon montera avec vous. Pierre, conduisez Monsieur au 246! Voici ses valises.
(Поблагодарите клерка.)

9. Выскажите свое мнение о том, какие три качества из перечисленных ниже необходимы менеджеру в первую очередь:

Education générale	Motivation au travail	Langues étrangères
Flexibilité	Résistance au stress	Habilité à prendre la
Habilité à la	Ponctualité	décision
communication		Fantaisie

10. Спросите у своих партнеров, что они хотели бы обсудить сегодня:

- Nous devons discuter aujourd'hui l'objet du contrat
- Oui, l'objet du contrat doit être discuté aujourd'hui.
le prix de vente, les frais de transport, la valeur totale, les délais de livraison, les conditions du paiement, l'emballage et le marquage, la garantie et l'assurance, la force-majeure et l'arbitrage, l'inspection (l'épreuve) et le contrôle.

11. Переведите на родной язык французские пословицы, касающиеся денег и экономики:

- a) Les bons comptes font les bons amis.
- b) La fortune sourit aux braves.
- c) Ami au prêter, ennemi au rendre.
- d) Argent fait perdre les gens.
- e) L'épargne est une grande richesse.
- f) Le temps c'est de l'argent.
- g) Bien mal acquis ne profite pas (jamais). (Bien volé ne profite jamais.)
- h) Bonne renommée vaut plus que ceinture dorée.
- i) Chacun est artisan de sa fortune.
- j) Il faut prendre le bénéfice avec les charges.
- k) Il ne faut pas juger la marchandise sur l'étiquette du sac.
- l) Plaie d'argent n'est pas mortelle.

12. Найдите во второй колонке ответ на каждый из вопросов первой колонки:
Modèle: - Combien voulez-vous de balances?

- J'en veux 100.

- | | |
|--|--|
| 1 Vous en voulez plus? | a. J'en prendrai beaucoup. |
| 2 Combien vous en faut-il? | b. Oui, c'est assez. |
| 3 Vous en prendrez combien? | c. Il m'en faut pas mal. |
| 4 Quelle quantité exactement? | d. 35 cm par 50, et 20 de haut. |
| 5 Ça suffit? | e. Un peu plus. |
| 6 Qu'est que vous avez commandé? | f. A peu près 50 kilos. |
| 7 C'est quel montant? 2 150 F? | g. Je ne sais pas... une vingtaine. |
| 8 Quelles sont les mesures de la caisse? | h. J'ai réservé 25 caisses. |
| 9 En voulez-vous de différents modèles? | i. C'est exact. |
| 10 Ça pèse combien? | j. Ah non, il m'en faut douze pareils. |

13. Определите, какой ситуации соответствует каждое из предложений:

- A. Une banque répond à une demande d'information sur la solvabilité d'une entreprise.
- B. Deuxième lettre de réclamation pour retard de livraison.
- C. Demande de réduction de prix
- D. Troisième lettre de rappel pour un non- paiement
- E. Une entreprise écrit à la suite d'une livraison incomplète

- 1 La régularité de nos règlements antérieurs ainsi que nos bonnes relations vous permettront, nous l'espérons, de répondre favorablement à notre demande.
- 2 En conséquence nous vous informons que, sans règlement dans les 48 heures, nous serons contraints de procéder au recouvrement de notre créance par voie judiciaire.
- 3 Il va sans dire que ces renseignements vous sont donnés à titre confidentiel et sans engagement de notre part.
- 4 Nous vous demandons de tenir compte de ces remarques et de nous faire parvenir, dans les plus brefs délais, les articles qui nous font défaut.

- 5 En conséquence, si vous ne nous livrez pas les marchandises commandées dans les 8 jours, nous annulerons notre commande et vous réclamerons des dommages et intérêts en compensation du préjudice subi.

14. В письме предложения переставлены местами. Возобновите их правильный порядок по содержанию. Заполните пропуски словами:

- A. ... nous vous les réexpédions, ce jour, à vos frais et vous demandons de bien vouloir nous faire livrer les articles manquants avant le 12 juillet 19..
- B. ... au déballage, nous avons constaté que deux caisses contenaient 30 (2x15) balances épicerie, réf. 123.
- C. Grenoble, le 3 juillet 19..
- D. En espérant obtenir satisfaction dans de brefs délais.
- E. Il nous est... impossible d'accepter les articles reçus.
- F. Votre envoi du 29 juin 19.. vient de nous parvenir et nous vous en remercions.
- G. Nous vous prions d'agréer, Monsieur, l'expression de nos meilleurs sentiments.
- H. ... notre commande du 10 juin portait sur 30 balances "pèse-bébé", réf. 128.

3.5. Критерии оценки на зачете по дисциплине «Практика ведения переговоров на иностранном языке»

Аттестация студентов по дисциплине «Практика ведения переговоров на иностранном языке» производится по системе «зачтено/незачтено». Для оценки учебных достижений студентов по дисциплине «Практика ведения переговоров на иностранном языке» используются следующие критерии:

«зачтено»

1) выставляется студенту, показавшему достаточно полные знания по основным разделам программы дисциплины, умеющему решать стандартные (типовые) задачи; при ответе допустившему несущественные ошибки в изложении материала;

2) оформление выполненных заданий по всем работам аудиторных занятий без ошибок;

3) использование специальной лексики, логическое изложение ответа на вопросы, умение делать выводы без существенных ошибок;

4) выполнившему УСР, предоставившему по ней отчет.

5) умение под руководством преподавателя выполнять стандартные (типовые) задания, допустимый уровень культуры исполнения заданий, при ответе могут быть допущены несущественные ошибки в изложении материала.

«незачтено»:

1) выставляется студенту, показавшему недостаточный объем знаний в рамках образовательного стандарта; излагающему ответы на вопросы с существенными лингвистическими и логическими ошибками, искажающими учебный материал и свидетельствующими о непонимании сути изучаемых процессов;

2) отсутствие отчета по выполненным заданиям аудиторных занятий;

3) использование терминологии, изложение ответов на вопросы с существенными лингвистическими и логическими ошибками, искажающими учебный материал и свидетельствующими о непонимании сути изучаемых процессов;

4) не выполнившему УСР, или не предоставившему по ней отчет отказ от ответа, неявка на зачет без уважительной причины.

3.6. Требования, предъявляемые при прохождении текущей аттестации

Промежуточный и итоговый контроль представляет собой обобщение и систематизацию пройденного учебного материала по всем аспектам языка и видам речевой деятельности.

Прохождение аттестации определяется выполнением следующих условий:

- усвоение пройденного программного материала в соответствии с этапами обучения;
- посещаемость учебных занятий;
- своевременное выполнение учебных заданий;
- активная аудиторная и самостоятельная работа.

РЕПОЗИТОРИЙ БГУКИ

3.7. Содержание зачёта

Итоговый контроль осуществляется на основе результатов текущего контроля, а также устного собеседования по пройденным темам.

Перечень вопросов к зачету по курсу «Ведение переговоров на иностранном языке» (английский язык)

1. Cultural diversity and socializing.
2. Cross – cultural understanding.
3. Small talk: keeping the conversation going.
4. Using the telephone.
5. Receiving calls.
6. Taking and leaving messages.
7. Setting up appointments.
8. Presentations. Planning and getting started.
9. The structure of a presentation.
10. Using visual aids: general principles. Holding the audience's attention
11. Meeting. Making meeting effective. Asking for and giving clarifications.
12. Negotiations. Types of negotiations.
13. Preparations for negotiations.
14. Bargaining and making concessions.
15. Types of a negotiator.
16. Dealing with conflict.
17. Applying for a job. Interviews.

Перечень вопросов к зачету по курсу «Ведение переговоров на иностранном языке» (немецкий язык)

1. Kulturelle Unterschiede
2. Interkulturelle Kommunikation.
3. Smalltalk.
4. Gesprächseröffnung und –führung.
5. Telefonieren.
6. Arten und Aufbau der Besprechungen.
7. Terminvereinbarung.
8. Präsentation. Vorbereitung und Vorstellung.
9. Struktur der Präsentation.
10. Verständigungsprobleme.
11. Geschäftstreffen. Effektive Organisation und Leitung.
12. Gesprächstechniken.
13. Verhandlungsprozess: Positionen und Interessen.
14. Verhandlungsprozess: Kritik und Vorschläge
15. Verhandlungsprozess: Zusammenfassung.

16. Konflikte bei den Verhandlungen.
17. Praktische Hinweise zu den erfolgreichen Verhandlungen.

Перечень вопросов к зачету по курсу «Ведение переговоров на иностранном языке» (французский язык)

1. Soyez les bienvenus.
2. Arrivée. Présentation.
3. Coup de téléphone.
4. Correspondance commerciale et personnelle.
5. Lettre-demande de renseignements / documentation.
6. En mission d'affaires.
7. Au restaurant. Les repas.
8. Formes d'entreprises.
9. Types de sociétés.
10. Lettre d'offre.
11. Embauche.
12. Contrat.
13. Poids et Mesures.
14. Paiement.
15. La commande.
16. Demande de répétition.
17. La négociation commerciale.

РЕПОЗИТОРИЙ БГУКИ

4. ВСПОМОГАТЕЛЬНЫЙ РАЗДЕЛ

4.1. Основная и дополнительная литература.

Английский язык

Основная

1. Charles Lafond, Sheila Vine, Birgit Welch. English for Negotiating. Oxford University Press, 2010.
2. Cristopher W. Moore, Peter J. Woodrow. Handbook of Global and Multicultural Negotiations. 1st edition, Jossey-Bass, A Wiley Imprint, 2010.
3. Simon Sweeney. English for Business Communication. Cambridge University Press, 2004.
4. David Cotton, David Falvey, Simon Kent. Market Leader. Intermediate Business English. Longman.

Дополнительная

1. David Oliver. How to Negotiate Effectively. Rogan Page, 2003.
2. Alain Lempereur, Aurelien Colson. The First Move. A Negotiator's Companion. Wiley, 2010.
3. George M. Hall. How to Present at Meeting. BMJ books, 2001.
4. J.FrankYates. Decision Management. University of Michigan Business School, 2008.
5. Longman Advanced American Dictionary. Longman, 2000.
6. Michael Swan. Practical English usage, third edition, Oxford University press, 2005.

Немецкий язык

Основная:

1. Volker Eismann. Erfolgreich in Verhandlungen. Cornelsen Verlag, Berlin, 2006.
2. Anne Buscha, Gisela Linthout. Geschäftskommunikation - Verhandlungssprache: Deutsch als Fremdsprache. Cornelsen Verlag, Berlin, 2007.

Дополнительная:

1. Gisbert Breunig: Professionell verhandeln, Planegg: WRS Verlag 1996.
2. Hartmut Weber, Monika Becker, Barbara Laue: Fremdsprachen im Beruf, Shaker Verlag, Aachen 2000.
3. Hedwig Kellner: Rhetorik: hartverhandeln - erfolgreich argumentieren, Hanser Verlag, Munchen, 1999.
4. Heinz-Jürgen Herzlieb: Erfolgreich verhandeln und argumentieren, Cornelsen, 2006

5. Венидиктова Н.И. Немецкий для бизнеса. Переговоры по телефону. Издательство: Живой язык, 2010.
6. Семенова И.Н., Лясковская Е. В. Деловой немецкий язык. Издательство: Просвещение, 2009.

Французский язык

Основная

1. Матвишин, В.Г. Бизнес-курс французского языка / В.Г. Матвишин, В.П. Ховхун. – М.: Славянский дом книги, 2000. – 383 с.

Дополнительная

1. Иванова, Г. С. Деловой французский язык / Г.С. Иванова. – М.: НВИ – Тезаурус, 2003. – 201 с.
2. Кистанова, Л.Ф. Деловое общение на французском языке / Л.Ф. Кистанова, С.А. Шашкова. – Мн.: Выш. шк., 1995. – 231 с.

4.2. Компьютерные средства обучения

Английский язык

Обучающие компьютерные программы

Иностранные языки English Gold, Мультимедиа технологии и дистанционное обучение, 2000 .

Rosetta Stone System 2.08.1A, 1997.

Электронные энциклопедии

Microsoft Encarta Reference Library 2003, Microsoft Corporation, 2003.

World Book Illustrated Information Finder, 1994.

Электронный словарь

Abby Lingvo X5, ABBYY, 2011.

MultiTran English-Russian v.3.44, 2005.

MEGA Dictionaries: Электронные словари Globus Software House, Standard, 2005.

Интернет-сайты

www.britishcouncil.ru – информационный сайт для самостоятельной работы;

www.breakingnewsenglish.com – информационный сайт для самостоятельной работы; тесты

www.BusinessEnglishResources.com – информационный сайт для самостоятельной работы.

www.businessenglishsite.com – информационный сайт для самостоятельной работы.

www.eslgold.com – информационный сайт для самостоятельной работы.

Немецкий язык

Обучающие компьютерные программы

Themen aktuell 1 CD-ROM, Max Hueber Verlags, Ismaning, 2004.

Иностранные языки Deutsch Gold, Мультимедиа технологии и дистанционное обучение, 2000 г.

Deutsch Interaktive Sprachreise – Deutsch Grammatiktrainer, Version 10, digital publishing AG, München, 2006.

Deutsch Interaktive Sprachreise – Deutsch Kommunikationstrainer, Version 11, digital publishing AG, München, 2007.

Rosetta Stone System 2.08.1A, 1997.

World Talk Deutsch, EuroTalk Deutsch, 2000.

Электронные энциклопедии

Der Brockhaus multimedial 2007, Bibliographisches Institut & F.A: Brockhaus AG, 2007.

Microsoft Encarta Lernen und Wissen DVD, Microsoft Corporation, 2006.

Электронный словарь

Abby Lingvo X5, ABBYY, 2011.

Интернет-сайты

www.deutschland.de – информационный сайт для самостоятельной работы;

www.wikipedia.de – информационный сайт для самостоятельной работы; энциклопедия;

[www. hueber. de](http://www.hueber.de) - информационный сайт для самостоятельной работы; обучающие тесты;

[www. goethe. de](http://www.goethe.de) – информационный сайт для самостоятельной работы; обучающие тесты.

Французский язык

Обучающие компьютерные программы

Иностранные языки. Français d'or. Мультимедиа технологии и дистанционное обучение, 2000.

Français Platinum. Мультимедийный комплекс / 1с.: образовательная коллекция. – ООО МультиМедиа технологии и дистанционное обучение, 2002.

Talk to me – Французский – уровень 1, уровень 2./ Auralog. – Новый Диск, 2004.

Электронный словарь

Abbyy Lingvo X5, АBBYY, 2011.

Интернет сайты

[www. pages. infinit. net/jaser 2](http://www.pages.infinit.net/jaser2) – обучающие тесты;

[www. igsmail.com/cdr/pages/bac.htm](http://www.igsmail.com/cdr/pages/bac.htm) - обучающие тесты;

[www. wfi. fr/ volterre/ liensweb. Htm](http://www.wfi.fr/volterre/liensweb.htm) - информационный сайт для самостоятельной работы.