



Szabó Károly

Üzleti kommunikáció



A követelménymodul megnevezése:
Üzletvitel a könnyűiparban

A követelménymodul száma: 1322-06 A tartalomlelem azonosító száma és célcsoportja: SzT-001-50



Üzleti kommunikáció

ESETFELVETÉS

Végzős szakképző iskolai tanulóként életének egyik nagy eseményére, a szalagavató ünnepségre készül. Hagyomány, hogy az ünnepség hivatalos részét szalagavató bál követi. A báli esemény nyitótáncsal veszi kezdetét, melyben partnerével Ön is szerepel. Szülei, barátai mellett a munkahelyi főnökét, szakoktatóját is szeretné meghívni a jeles eseményre. Kivel és hogyan közli ezen szándékát?

Megoldás:

Az ilyen típusú rendezvényekre általában nyomdai úton előállított meghívó készül, mely tartalmazza az esemény minden jellemzőjét. A meghívókat postai úton is továbbíthatjuk, de a személyes megkereséssel fokozhatjuk kérésünk fontosságát, a meghívott iránti tiszteletünket, kifejezhetjük érzelmi kötődésünket.

INFORMÁCIÓTARTALOM

I. Az emberi kommunikáció

Minél fejlettebb egy szervezet, annál bonyolultabb kommunikációra képes. Pl.:

- állatvilág: legfejlettebb kommunikációs rendszer: méhek, delfinek
- külső kommunikáció: beszéd és fül + vizuális – metakommunikáció

Metakommunikáció, azaz testbeszéd elemei: arcjáték (mimika), test- és testrészek mozgatása, térközsabályozás.

Testbeszéd lehet *tudatos és önkéntelen*, fontos, hogy közlendőnk legyen összhangban a metakommunikációs megnyilvánulásainkkal.

A kommunikáció fogalma, folyamata és korlátai

A kommunikáció információk cseréje valamilyen segédeszköz felhasználásával. A kommunikáló emberek az információt mesterségesen kialakított jelrendszer segítségével képesek egymásnak átadni.

Indítéka lehet:

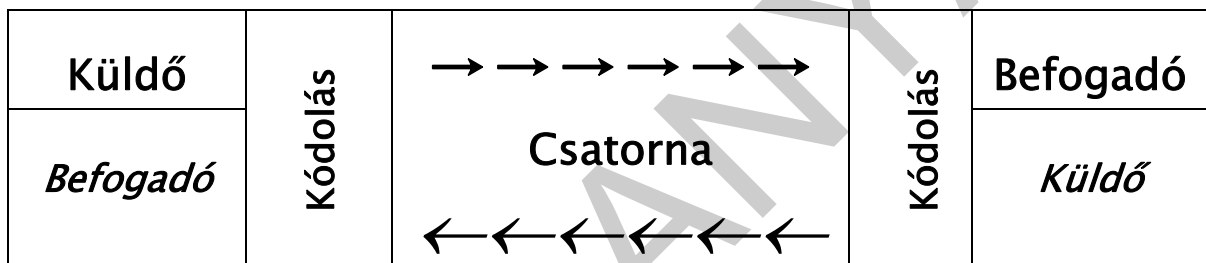
- udvarias társalgás
- befolyásolni akarjuk viselkedését
- manipulálni szeretnénk gondolkodását
- tudatni karunk valamit
- szeretnénk megismerkedni

Szereplők:

- aki mondja
- akinek mondja
- egy közös csatorna

A kommunikáció folyamata:

Az adó fejében megszületik egy gondolat vagy egy érzés. A belső beszédről át kell térni a külsőre, meg kell fogalmazni, kódolni kell, mely során igyekszünk a fogadó számára érthető formába hozni. Közös jelrendszert kell használnunk.



1. ábra Kommunikáció folyamatábrája

Kódolási hibák:

- túl sok idegen szó használata
- redundáns, túl bő lére eresztett beszéd
- túl szűkszavú fogalmazás
- homályos fogalmazás (esetleg a ragozás hiányos használata)
- bezárkózás, úgy érezzük, nem szabad kimondanunk, amit gondolunk
- érzéseinket nehéz kifejezni, kevés szavunk van rá
- csoportnyelv használata
- metanyelv használata (udvariassági megfontolásokból)
- túl sok információ (az agy 7 ± 2 információt képes egyszerre megjegyezni)
- ha nem elég feszes a mondandó, elkalandozunk
- túlbeszélés

A kommunikációs csatorna lehet a közös légtér, egy telefonvonal, egy pályázati kiírás is. Az üzenetek egy jelentős része elvész benne mert a csatornában:

- mindig van valamilyen fizikai zaj (rádió, csúnya kézírás)
- lehet benne pszichés zaj (nem érdekel, nem hiteles az előadó, nem kompetens)
- zavart keltenek pl:
 - a ritmushibák (túl gyors, vagy túl lassú beszédtempó)
 - a feladó és befogadó értelmezési tartománya eltérő lehet
 - tisztán objektív valóság nem létezik, mindannyian másképp értelmezhetjük ugyanazt a helyzetet vagy jelenséget. stb.

segíthet a feladó oldaláról:

hitelesség, én–közlések, befogadó ismereteire, szempontjaira való tekintet, konfliktus esetén felelősség bátor vállalása, nyitottság, dialógus, nem monológ,

segíthet a befogadó oldaláról:

nyitottság, bizalom megelőlegezése, figyelem, nem támadás, a kritika, manipuláció egyértelmű elutasítása

A fogadó problémái:

- eleve szelektálunk, csak azt halljuk meg, ami érint, érdekel minket
- gond lehet az empátia, beleérző képesség hiánya
- gyakran menetközben elfelejtjük, amit hallunk
- előfordul hogy, a feleknek egy szó más–más jelent (pl. vakáció)
- a szavak hangulati jelentése szövegkörnyezet függő
- az aktív figyelem hiánya
 - passzív tevékenységnek tartja, azt hiszi, tud figyelni akaratlanul is
 - figyelés helyett a választ fontolgatja
 - kiemel egy–egy részt és annál leragad
 - elkalandozik egy pici információ hallatán

Normál esetben a kommunikáció egy kétirányú folyamat (egyirányú kommunikáció pl. egy előadás). A kommunikációs folyamat akkor sikeres, ha az alkotóelemek egymással összhangban működnek. Fontos, a közös értelmezés, az akarat (9 lehetőség a meg–nem–értésre: mit gondolok, mit akarok mondani, mit hiszek, hogy mondok, mit mondok, mit akarok hallani, mit hallok, mit hiszek, hogy ért a másik, mit akar érteni a másik és mit ért meg a másik) és a tárgyalási légkör.

Tárgyalási légkör

- segítő, problémát megoldani akaró személyes hangvételű
- csak a témára összpontosító, hűvös, rideg
- indulatos, zaklatott, agresszív
- közönyös, sivár
- feszült, merev
- sajnálkozó, panaszkodó
- visszautasító, ellenséges

A közlésfolyamat funkciói

felhívó és kapcsolattartó: címzett figyelmének felkeltésére, fenntartására

tájékoztató funkció: pl. üzleti tárgyalás, amelynek célja minél több információt megtudni a döntés meghozatalához. (pl. még: *cégismertető*). A tájékoztató funkcióhoz jó kérdéskultúrát kell kifejleszteni. 3 fő típus:

- zárt kérdés: csak adatokra van szükség (túl bőbeszédű a kérdezett)
- nyitott kérdés: részletezett bemutatás, kifejtés

- szuggesztív kérdés: saját vélemény is benne rejlik vigyázat: manipuláció! DE: kellemes légkör kialakítása is megoldható

érzelmi funkció: üzenettel kapcsolatos érzelmek kifejezése. Lehet szavakban is közölni, de a metakommunikáció hordozza leginkább az üzenet érzelmi funkcióját. Ellenkező esetben hiteltelenség.

dinamikus funkció: cselekvésre való ösztönzés

performatív¹ funkció: a kimondott szó cselekvésértékű (segítőkészségről beszél, de nem segít)

poétikai funkció: esztétikai hatás (retorika)

II. Az üzleti kommunikáció

Az üzleti kommunikáció legfőbb sajátossága: HATÁROZOTT CÉLLAL bír. Legnagyobb tőke: elsőként információhoz jutni. Napjainkban most nem az információáramlás lassúsága, hanem a mennyisége, az adatok szelektálása a probléma.

Az üzleti kommunikáció jellemzői:

- bizalom nélküli üzleti kapcsolat beteg
- titoktartás, elhallgatás (időleges, kizárólagos feltüntetése az információnak)
- feltupírozás
- hatáskeltés (bemutató – azonnali vásárlás v. 9999, mintakövetés)
- SIKER+HITELESSÉG receptje: kölcsönösség, partner igényeinek figyelembevétele
- EMPATIKUS ÉS TOLERÁNS TÁRGYALÁSI STÍLUS
- KIMONDOTT SZÓ FELELŐSSÉGE

A munkahelyen zajló közlésfolyamatok követelményei, zavarai

vezetők – beosztottak – folyamatos véleménycsere kívánatos, ha nem » közléssorompók

ROSSZ:

- utasítgatás, parancsolgatás (sérül a befogadó önérzete)
- prédikálás, megleckéztetés, kioktatás
- bírálat, helytelenítés
- nem őszinte dicséret
- kérdegetés, vallatás, kikérdezés, keresztkérdések
- figyelmeztetés, fenyegetés, megfélemlítés, szidás
- kifigurázás, gúnyolódás
- pszichoterror, mobbing²

¹ cselekvésértékű, teljesítményhez vezető

² lelkiileg károsító hatású bánásmód vagy kommunikáció, amiben áldozattá válhat az, aki felé irányul.

A tiszta és hatékony kommunikáció fő alkotóelemei:

- megfigyelés – önmagunk megnyitásával, ne legyen benne bíráló, vagy minősítés
- érzések kifejezése – visszajelzés a befogadónak
- saját szükségletek közlése, aminek alapján valóra válhat a kölcsönösség

A XXI. század üzletembereinek nagy feladata, hogy a jelenlegi személyiségtorzító kommunikációt és kapcsolati rendszert átfordítsák olyan irányba, amely épít, amely a bizalomhoz vezet, amely minden fél számára az egészséges személyiségfejlődést biztosítja. Nagy kihívás ez, úgy tűnik még sok küzdelem áll előttünk, de megéri a fáradságot, mert egy megelégedett, harmonikus világ felé vezet.

Az üzleti kommunikáció fajtái

1. szóbeli: beszélgetés, tárgyalás, prezentáció, vita és hozzászólások (értekezlet, tanácskozás)

A szóbeli közlés általános jellemzői és követelményei

- közvetlen megnyilatkozás, személyes jelenlét (telefonálásra is von.)
- gondolkodás és szövegalkotás egyidejű, kivéve felolvasás.
- beszédkultúra: egyedi, jelzi értékrendünket stb.
- tudatosítani, hogy szavainkkal előhívunk valamit a világban: energiatöltet

Hatás eléréséhez fontos:

- világosság, érthetőség
- tömörség
- természetesség
- szemléletesség
- jóhangzás
- változatosság

Ezáltal 4É:

értékes: közhelyek, szóismétlés, hadarás, motyogás, kiabálás, idegen szavak, durva szavak, rosszul szerkesztett mondatok, hitelesség!,

értelmes: tudjuk a célját, mondanivalónkkal tisztában vagyunk,

érthető: nyelv közös legyen, ~~szakzsargon~~ ne!, különben kapcsolatból kirekesztve érzi magát a másik fél, megfelelő hangszínváltoztatás, helyes hangerő-, hanglejtés-, hangsúlyozás-megválasztás,

érdekes: folyamatosan új gondolatok, ~~ismétlés~~, színes előadásmód, érzelmileg sokszínű és hiteles mondanivaló, partner bevonása.

A szóbeli közlést kísérő metakommunikáció (meta= vele) legyen összhangban a tartalommal. Napjainkban a közlésnek 60–70 %-a is lehet a metakommunikáció. Egy része velünk született, másik része a szocializáció során alakult ki és tudatosan irányítható. Ide szoktuk sorolni a külsőket (hajviselet, ruházat, arcfestés, tetoválás, stb.), valamint egyéb külső emlékéket, jeleket 8 ékszer, jelvény).

Szerepet játszó testrészek:

- arc (tekintet, arca helyezett kéz gesztusai)
- szem (hivatalos, társasági, bizalmas nézés, oldalpillantás)
- kéz (gesztusok)
- kar (karkeresztezési módok)
- láb (gesztusok)
- fejgesztusok (tartásmódja, kéz és fej kapcsolat)

Testbeszéd legfontosabb elemei:

gesztus	Olyan mozdulat, mely konkrét tartalomra utal (pl. katonánál a tisztelgés, pincéernél a vendég fizetni szeretne, stb.)
tekintet	hitelesség fontos mércéje (szemforgatás, csodálkozás, álmoság, stb)
kéz mozgása	felfelé: lendület, győzelem; lefelé: megerősítésre, fékezésre, előre: gyengéd, nyitott, másik iránti bizalom saját maga felé: birtoklás, kényszer
Arckifejezés (mimika)	arcrándítás → nem érdekel, szájhúzás → nem tetszik, szemöldök összehúzás → haragszom, nyelv kinyújtása → csúfolódás, mosoly → öröm, stb.
fej tartása és mozgása	Szegényesebb
test mozgása, tartása,	Görnyedt, magába roskadó → szomorú Kihúzza magát, de könnyed, energikus → boldog
térközszabályozás	Bizalmas: 0-45 cm, személyes: 45-120 cm, társasági: 120-360 cm, nyilvános távolság: 360 cm felett.
csendes kommunikáció	Beszélő kora, lábának remegése, hangjának elcsuklása, arcának elpirulása, stb.

Szóbeli műfajok:

- nyilvános megszólalások:
- alkalmi, ünnepi beszéd: hosszabb, szónoki, eseményt méltat, szerencsés, ha érzelmi » értelmi » érzelmi felépítés, fontos gondolatok, felkészülést igényel
- üdvözlő beszéd: magas rangú vendég fogadása, részben kell előkészíteni, figyelembe kell venni a vendégek körét. felépítése:
 - vendégek köszöntése
 - vendéglátók rövid bemutatása
 - találkozó céljának bemutatása
 - jókívánságok
 - pohárköszöntő: házigazda mondja, szófordulatok, humor fontos
- előadás: cég-, termék-, vagy projekt bemutató
 - átgondolni és meghatározni a célt
 - fontos a személyesség
 - idézetek, a fejlődés irányába mutasson a mondanivaló.
 - indítás: felkelteni a figyelmet
 - sok szemléltetés
- hozzászólás: vélemény, állásfoglalás, kiegészítő megjegyzések, fontos: előrevinni az ügyet, ne legyen hosszú
- felszólalás: előre megtervezett hosszabb mondanivaló, megkívánja a témában való jártasságot

- o beszélgetés: célirányosság, lehet kölcsönös tájékozódás, tájékoztatás, közös feladat átgondolása. Alapszabályai:
 - o udvariassági formák betartása
 - o pozitív hozzáállás
 - o világos, tömör megfogalmazás
 - o másokra odafigyelés
 - o indulatmentesség
 - o érvelés, logikus gondolatmenet
 - o közös álláspont tisztázása
- o telefonbeszélgetés: időben korlátozott, fontos a tömörség; 1. bemutatkozás; 2. hívás célja; 3. búcsúzás
- o tárgyalás: kötöttebb, mint a megbeszélés. Célja: valamiben megegyezésre jutni. Nézetkülönség esetén meggyőzés eszközével kell élni.

A kommunikációs kapcsolatok

Akármilyen szóbeli kommunikációs kapcsolatba kerülünk valakivel, s bármiről is legyen szó, ezt a kapcsolatot valamilyen módon megnyitjuk. A beszélgetés során törekszünk arra, hogy a kapcsolat fennmaradjon mindaddig, amíg céljainkat el nem értük. Ezt követi a kommunikáció befejezése, lezárása.

A kapcsolatfelvétel

Ha még nem ismerjük a másik felet, akkor köszönéssel, megszólítással és bemutatkozással kezdjük a társalgást.

- A köszönés

A köszönés régi, általános és gyakori érintkezési forma (még akkor is, ha sokan és sokszor elfelejtkeznek róla). A különböző nyelvi formákat gyakran nem nyelvi jelekkel is kiegészítjük: mosollyal, kalapemeléssel, biccentéssel, kézfogással.

Köszönünk ismerősökkel való találkozáskor, ha bemegyünk üzletbe, liftbe, stb., idegenek megszólítása előtt, valamint a kapcsolt megszakításakor, vagy távozáskor.

A köszönési formák közül leggyakrabban használatosak a *Jó napot kívánok!*, *Kezét csókolom!*, *Szervusz! Szia! Isten áldjon!*. Ezeket a magyarul beszélők mindnyájan ismerik és használják. A napszakhoz kötődő formához ne felejtjük el hozzátenni a *“kívánok”* szót, mert nélküle a köszönés udvariatlan, hányaveti lesz.

A hagyományos köszönések gyakran kiegészülnek valamilyen kérdéssel, vagy megszólítással: *Szervusz, hogy vagy?*, *Jó napot, Tanár Úr! Szia, Kati!* Köszönéspótló kifejezéssel, vagy kérdéssel is kezdhethetjük a társalgást: *“Hogy vagy?”*, *“Hol jársz Te itt?”*. Ezek között találunk olyan kifejezéseket, köszöntőket, jó kívánságokat, melyek valamilyen alkalomhoz kötődnek: *“Kellemes Karácsonyi Ünnepeket!”*, *“Boldog Új Évet Kívánok!”*.

Köszönéskor az udvariasság általános szabályai érvényesülnek: fiatalabb az időseknél, férfi a nőknél, a belépő a bentlevőknek köszön előre. Az üdvözlést nem elfogadni illetlenség.

- A bemutatkozás, a bemutatás

A bemutatás egy harmadik fél közreműködésével jön létre, míg a bemutatkozást külső segítség nélkül kell megtennünk. A köszönéshez hasonló általános illemszabályokat itt is érdemes betartani: fiatalabb az időseknél, férfi a nőnek mutatkozik be. Hivatalos bemutatkozáskor a munkahelyet és a besorolást is meg lehet nevezni (a rangok és címek felsorolása csak indokolt esetben!).

Mindig jól érzhetően, a teljes nevünkön mutatkozzunk be. Helytelen szokás, hogy sokan csak a keresztnévüket, sőt csak a becenevüket mondják: *“Erika vagyok”, “Pipi vagyok”*.

Nem személyes találkozáskor, azaz telefonon még a régi jó ismerősnek is be kell mutatkoznunk. Nem várhatjuk el, hogy valaki a hangunk alapján felismerjen. Hivatalos

minőségben az is közöljük, hogy honnan, esetleg milyen minőségben beszélünk (pl. *Kiss Katalin vagyok, a Zöldfa Hotel munkatársa*).

- A megszólítás

Megszólíthatunk valakit a nevének: *János! Szabó Úr! Anna néni!*

Használhatunk köznévi alakot: *Tanárnő!, doktor úr!*

Utalhatunk a köztünk levő viszonyra: *Kolléga!, Diáktársam!*

Családon belül bizalmasabb megszólítást is alkalmazhatunk: *Papa! Nagymami! Bátyus!*

Sokszor előfordul, hogy egy kérdés feltevésével szólítunk meg valakit: "...mit tetszik kérni? mivel állhatok rendelkezésére? miben segíthetek?". Ilyenkor mindenképpen kerüljük a modortalan hangnemből odabökött: *"..mit adjak?, ...mi kell?"* Kérdéseket.

A kapcsolat tartása

Feladatunk a kommunikáció irányítása, minél hatékonyabb működtetése. Számos forma közül csak a beszélgetést és az ismertetést emelem ki:

- A beszélgetés

Olyan közvetlen és teljes kommunikáció, melyben a partnerek állandóan szerepet cserélnek (feladó és befogadó fél), ahol az információk kijelentések, közlések, kérdések, válaszok formájában ide-oda vándorolnak. A közlés gyakran megszakadhat (kiegészítés, rákérdezés, visszakérdezés) és kiegészülhet (nem verbális válaszadások).

A beszélgetéskor mindenki tesz fel kérdéseket. A hatékonyság érdekében ismerni szükséges a kérdés technikáját, a kérdéstípusokat:

A **zárt kérdések** többsége eldöntendő kérdés, tehát igen/nem-el tudunk rá válaszolni, vagy a válasz kötött: *Hova valósi? Szokott a termékünkben vásárolni? Gondolja, hogy ez a ruha megfelelő lesz a ballagásra?*. A zárt kérdés előnye, hogy a válaszadót meghatározott tények közlésére kényszeríti.

A **nyitott kérdések** néhány szónál jóval hosszabb válasza észtetik a hallgatót. Gyakori kérdőszavai a nyitott kérdéseknek: *hogyan, miért, miképpen, mi módon?* Pl. *Hogyan íztelt az ebéd? Milyen volt a divatbemutató?*. A nyitott kérdések közé sorolhatók a kérések is: Pl: *Meséljen nekem! Érdekelne a véleménye!* A nyitott kérdésre hosszabb választ kapunk. Beszélgető partnereink a nyitott kérdésre általában oldottabbak lesznek, úgy érzik számítunk a véleményükre/ meghalgatjuk mondandójukat.

Aki kérdez, annál van az irányítás. Kérdéseivel ő határozhatja meg a beszélgetés menetét. Amikor kiválasztjuk, hogy milyen kérdést teszünk fel, akkor két szempontot soha ne felejtünk el:

- I. Csak akkor kérdezzünk, ha valóban hallani akarjuk azt, amit a másik mond. Mert, ha csak automatikusan kérdezzünk, az előbb-utóbb érződni fog.
- II. Próbáljunk arra is figyelni, amikor kérdeünk, mi az, amiről a partnerünk szívesen beszél. Tehát ne csak azt és arról kérdezzünk, ami bennünket érdekel!

- Az ismertetés

Többször előfordul, hogy egy terméket, vagy szolgáltatást be kell mutatni, vagy éppen rá kell beszélni az érdeklődőt a vásárlásra, a szolgáltatás igénybe vételére. Milyen a jó ismertetés?

Az ismertetés akkor jó, ha rövid és tömör, bemutatásból, értékelésből és ajánlásból áll. A **bemutatásban** foglaljunk össze minden olyan fontos adatot, amely feltétlenül szükséges a bemutatott dolog megismeréséhez (megjelenési forma, tartalmi jellemzők). Nem maradhat el az ár és az esetleges fizetési feltételek közlése sem.

Az **értékelésben** fogalmazzuk meg a véleményünket. Akkor lesz hiteles, ha érvekkel támasztjuk alá és érveinket meggyőzően mondjuk el. Érveink hitelességét segíti, ha tökéletesen ismerjük a terméket/szolgáltatást. Érveink felsorolásakor állandóan figyeljünk partnerünk visszajelzéseire (pl. tekintetváltás, fejbiccentés). Emeljük ki a bemutatandó dolog előnyös tulajdonságait, miért lehet kedvező a partner számára, ha nálunk rendeli meg a terméket/szolgáltatást. Ugyanakkor ne legyen túl hosszú, mert elijeszti a hallgatót. Vegyük figyelembe, hogy a partner általában nem szakember, tehát minél kevesebb szakszavat használjunk.

Ajánlással zárjuk az ismertetést. Itt valamilyen hatásos érveléssel próbáljuk meggyőzni a vendéget (pl. én is ilyen anyagból készült terméket hordok, ez a márka minőségi garanciát is jelent, stb.) és elérni, hogy rendeljen termékünkől/szolgáltatásunkból.

A kapcsolat zárása

A kapcsolat zárását a búcsúzás, az elköszönés jelenti. Ezekre hasonló szabályok érvényesek, mint a köszöntésre. Használjuk a *Viszontlátásra!* vagy a napszaknak megfelelő köszöntést. Ugyanakkor ne használjuk a *Viszlát!*, vagy *Szlát!* formát. Utalhatunk arra is, hogy máskor is szívesen látjuk, visszavárjuk őt: *“Örülök, hogy nálunk vásárol! Viszontlátásra!”*, *“Reméljük, máskor is minket választ!”*

2. írásbeli: cégismertető, pályázat, üzleti terv, önéletrajz, jegyzőkönyv, feljegyzés, megbízási szerződés, *(Interneten példák keresése)*

Műfajai:

üzleti levél	<p><i>Az üzleti levél követelményei:</i></p> <p>névre szóló, hangneme tárgyilagos, személytelen, a szokványok meggyorsítják az ügyintézés, nem sablonos, mutatja a cég egyéni arculatát is.</p> <p>DE: egyes műfajok: cégismertető, termékismertető » sikert hoz az eltérő stílus és forma</p> <p>Szempontok: papír minősége, nagysága, túl bonyolult, hibás, címzés pontos, udvarias, stílus utal a partnerrel szembeni közelebbi vagy távolabbi viszonyra.</p>
jegyzőkönyv, emlékeztető	<p><i>Emlékeztető, feljegyzés:</i> cégen belül, tájékoztatás, annak kérése, legyen rövid.</p> <p><i>Jegyzőkönyv:</i> cégen belüli megbeszélésekről</p>
cégismertető	<p>verseny fokozódása megkívánja a széleskörű ismertséget</p> <p><i>Reklám:</i> érzelmekre és értelemre egyszerre hat, nyelvi, képi ötletesség hatása</p> <p><i>Internetes honlap: terjedelme nem korlátozott, folyamatosan frissíthető,</i></p> <p><i>Tartalmaznia kell:</i></p> <p><i>cégismertetés (cégnév, székhely, telefon, munkatársak, vállalászási forma),</i></p> <p><i>cég szolgáltatásai, termékei</i></p> <p><i>első lapon legyen E-mail cím, menüsor a tartalomjegyzékkel: gyors tájékozódás és áttekinthetőség</i></p> <p><i>Lehet még cégfejlődésről, termékválasztás teljes skálájáról</i></p> <p><i>Honlap műfaja megengedi a gazdag kép- és hanganyagot, legyen ötletes, árássza a cég szellemiségét, filozófiáját</i></p>
álláshirdetés, önéletrajz, pályázati jelentkezés	<p><i>álláshirdetés:</i> csatornái: újság, televízió, rádió, Internet, szórólapok, tényyszerűség: megnevezés, elvárt iskolai végzettség és személyiségjegyek, jelentkezési feltételek, határidő. sokat sejtető, félvezető</p> <p><i>önéletrajz:</i> 2 oldalnál ne legyen több, tények közlésére szorítkozzon. Egyre gyakoribb a kézzel írott kérése » grafológia. Modern típusú önéletrajz elemei::</p> <p>név;</p>

	<p>születési hely, idő; levelezési cím; isk. végzettség, szakmai képzések, alapképesítés; speciális ismeretek, adottságok; korábbi és jelenlegi munkahelyek felsorolása évszámokkal, esetleg dőlt betűs főbb tev. megjelölésével; nem szakmát érintő egyéb képesítések (jogosítvány, PC ismeretek; nyelvismeret, nyelvvizsga; szakmai tevékenység, elismerések, oklevelek; publikációk; tervek, igények</p>
reklamáció	<p>Sérelmek, elégedetlenség kifejezésére: határozott, célirányos. Felépítése: szolgáltatás vagy termék típusának megnevezése vásárlás időpontja, helye kifogások felsorolása hiba jóvátétele módjának megjelölése intézkedés kérése cím, elérhetőség megadása</p>

A kézírás, a beszéd rögzített formája. A „rögzített gesztussor”: a grafikus jegyek metakommunikatív szignáloknak tekinthetők.

Síkjai:

- tartalmi közlés
- íráskép alapján értelmezhető: személyiségről nyújtanak információt. Az önkifejezés eszköze, a kézírás egyéni grafikus képződmény. Az önreprezentáció lehetősége: magát a személyt helyettesíti. A személyiség megjelenik a grafikus jellemzőkben.

A kézírás és a személyiség kapcsolata

A grafológia olyan tudomány, amely a kézírás és a személyiség összefüggéseinek bonyolult rendszerét pszichológiai alapokon közelíti meg, de felhasználja a fiziológia, a szociológia, a metálhigiéné, a filozófia kutatási eredményeit is.

Rendszerelméleti megközelítés: önmagában egy betű semmit nem mond – a szövegkörnyezetet vizsgálja teljes egészében. A kommunikációs stílus a kézírásból kiolvasható, vagy kikövetkeztethető. A temperamentum, kommunikáció és a kézírás összefüggései:

- kolerikus: magas fordulatszám, aktív, jó érzéke van a tervek, célok megvalósításához, változatosság iránti igény, dominancia igénye,

kommunikációja: határozott, indulati túlfűtöttség

kézírása: sok aktív elem: erős nyomású, határozott mozdulatvezetés, szöges kötésmód

- szangvinikus: derűs, tevékeny, fogékony, nyitott, nyilvános szereplések, látványosság, elismerésre vágyik

kommunikációja: közvetlen, felszínes, szubjektív közlésmód, felsőfokok, dicsérő beszéd

kézírása: szabálytalan, sok ívelt vonal, nagy hurkok, gyors tempó

- flegmatikus: türelem, rendszeresség, szokások uralma, lelki kiegyensúlyozottság, megbízhatóság, hidegvérű kisebb felelősség szeretete

kommunikációja: érzelemmentes, semleges, tárgyserű, távolságtartás, korrekt, diplomatikus, jó rutinmunka, kerüli a kockázatokat

kézírása: szabályos, jól olvasható, álló, vagy balra dőlt, íráskép monoton.

- melankolikus: elsődleges helyen: értelmi, szellemi izgató tényezők, magas fizikai és intellektuális érzékenység, általános nyugtalanság, elégedetlenség, gondolkodás: vertikális, miért-keresés, inkább elmélet, mint gyakorlat, kedveli a vitákat, autonóm, eredeti, kreatív feladatok

kommunikációja: alapos, igényes, pesszimista álláspont, vívódó, kételkedő

kézírása: fonalas, gyenge nyomású, finom, árnyalt mozdulatvezérlésű

Elektronikus közlésformákat a kommunikáció technikai fejlődése hozta magával. Jellemzője, hogy közvetett, gépesített kapcsolatokat eredményez. Ugyanakkor térben egymástól távol lévő emberek, cégek számára napi kapcsolatot biztosít, új távlatokat nyit meg a tanulás, szórakozás terén.

Internet: új eszközrendszer a gyors tájékozódáshoz, a táj. a világ legfrissebb eseményeiről, üzleti folyamatairól, vagyis hozzáférést nyújt a hatalmasra duzzadt információhoz – valójában a könyvtár és adattár legújabb változata. Tág teret nyit a két vagy többoldalú kommunikáció számára. Nagy előnye, hogy a felhasználó nemcsak kiaknázhathatja, hanem maga is táplálhatja, bővítheti az információhalmazt.

Értéke: szélesíti a kapcsolatokat, lehetővé válik a közélet és magánélet közötti közvetlen kapcsolat

E-mail: műfaji követelményei megegyeznek a hivatalos levélével. Alkalmas a közvetlen kommunikációra, de a közvetetten küldött "csatolmányai" -hoz mindig tartozzon pár szavas útbaigazítás (kísérő levél funkció). Mindig legyen megszólítás és befejezésként protokoll szerinti aláírás.

TANULÁSIRÁNYÍTÓ

A szakiskola 9–10. évfolyamán *Viselkedés- és kommunikációs kultúrával* már találkozott az olvasó. Ezen órák nem hasonlíthatók semmilyen más hagyományos tartárgyi órákhoz. Itt akkor tanult igazán a résztvevő, ha aktív részese volt az órának. Nem a tanár volt a főszereplő, nem a tanár mondta meg, hogy a tanuló milyen. Az akkori feladatok őszinte megoldásával, a gyakorlatok utáni megbeszéléssel, a játékok segítségével megfigyelhető volt, hogy egyes helyzetekben ki, hogyan viselkedik, illetve önmagunk hogyan viselkedünk. Megfigyelhető volt, hogy mások hogyan oldják meg konfliktusaikat, problémáikat. Akkor a fantázia mozgósítása és a csoporton belüli kommunikáció elindítása a volt a cél. Most felelevenítjük, rendszerezük az akkor tanultakat és az üzleti életben gyakran használatos kommunikációs csatornákra irányítjuk a figyelmet.

I. Az emberi kommunikáció

Az egymással kommunikáló felek a körülöttük, valamint a bennük zajló történéseket egy önkényesen kialakított jelrendszer segítségével (pl. nyelv, gesztus) közölni képesek, s ily módon szabályozzák, befolyásolják egymás viselkedését, hatnak egymásra. A leírtak rendszerezve tartalmazzák a kommunikáció modelljét, típusait, funkcióit. Több esetben felsorolás szerűen jelennek meg az ismerethalmazok, melyek önmagukban is adnak útmutatást, de további szakirodalmi kutatással (pl. www.doksi.hu) pontosíthatóak, kiegészíthetőek. Ismereteink felelevenítéséhez használhatjuk a szakiskolák 9–10. évfolyamának szánt könyvet (Glovacz Miklósné: *Viselkedés-és kommunikációs kultúra*, NSZFI Budapest 2008).

II. Az üzleti kommunikáció

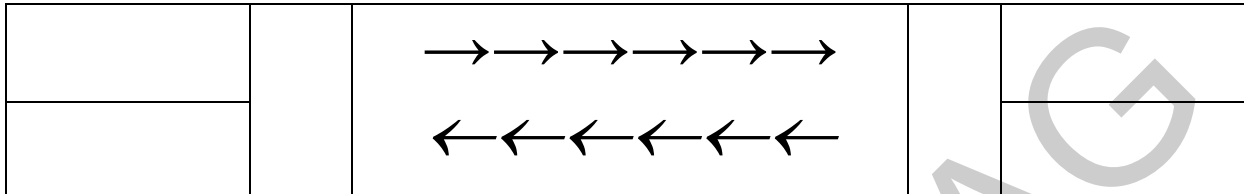
Az üzleti élet legjellemzőbb kommunikációs formáit foglalja össze a fejezet. A szóbeli kommunikáción belül nagyobb teret ad a kommunikációs kapcsolatoknak. Ennek megfelelően a köszönés, megszólítás, beszélgetés (nyitott és zárt kérdések alkalmazása) és az ismertetés (eladás, értékesítés) témakörét tárgyalja. Az anyag feldolgozásához ajánlott a páros vagy kiscsoportos foglalkoztatás, a különféle szituációs játékok alkalmazása.

Az önellenőrző feladatok többsége az általános emberi kommunikációra irányul. Az üzleti kommunikáció egyéb megnyilvánulási formáit (pl. önéletrajz készítés, E-mail küldése, üzleti levelezés) számítástechnikai háttérrel támogatott egyéb tantárgyak, modulok taglalják.

ÖNELLENŐRZŐ FELADATOK

1. feladat

Ismertesse a kommunikációs folyamatot és egészítse ki a kommunikációs séma rajzát!



2. feladat

Mondja el ugyanazt a mondatot más érzelmi töltéssel, más hangsúllyal: szeretettel, agresszíven, gúnyosan és tárgyilagosan!

„Én nagyon szeretem a kelkáposzta főzeléket, mert tudom, hogy sok ásványi anyag van benne.”

3. feladat

Melyik testtartás kié lehet (a főnöké, a baráté, az üzletkötőé)? A felsorolt szerepeket írja a megfelelő képhez! A válaszhoz egy-egy jellemző mondattal indoklást is írjon!

 Indoklás:.....
 Indoklás:.....
 Indoklás:.....

4. feladat

Húzza át az alábbi megszólítási formák közül azokat, melyeket üzlettulajdonosként idegenek megszólításakor célszerű elkerülnie!

Maga, uram, hölgyem, mamika, fiú, „nadság”, kegyed, kisasszony, hapsikám, barátocskám, tatus, anyóka, ön, magácska, csillagom, Kovács Úr, Mucikám, Jocóka, tanár úr, kend, tündérekém, doktor úr, anyuka.

5. feladat

Helyzetgyakorlat keretében keressenek igazolást a térköz szabályozás távolságzónáinak valódiságára! Alkossanak párt és kb. 3 méter távolságban álljanak egymással szemben!

- *Először az egyikőjük induljon el lassan a másik felé, amíg úgy érzi elég közel van! Jegyezzék meg a távolságot, majd álljanak vissza az eredeti távolságra.*
- *Most a másik fél induljon el lassan az első felé, addig, ameddig neki jólesik! Jegyezzék meg a távolságot!*
- *Akár egyszerre is indulhatnak egymás felé és szintén jegyezzék fel az egymás közötti távolságot!*

A résztvevők beszéljék meg a három eset közti különbséget és próbáljanak meg fényt deríteni annak okaira!

6. feladat

Az információtartalom alapján válaszoljon az alábbi kérdésekre! Kiegészítő információkat a www.doksi.hu honlapon keressen!

a) Mi a kommunikációs csatorna?

.....
.....
.....

b) Milyen gondok léphetnek fel a kommunikációs csatornában? Értelmezze ezeket!

-
-
-

c) Miért fontos kérdezni? Legalább 3 indokot soroljon fel!

-
-
-

d) Melyek a kérdés leggyakoribb hibái? Legalább hármat soroljon fel!

-
-
-

- e) Döntse el, hogy az alábbi megállapítás igaz vagy hamis: az arcjáték társadalmilag meghatározott, azaz érzéseink mimikai kifejeződése majdnem minden ember számára egyértelmű. Indokolja választását!

.....
.....
.....
.....
.....
.....

- f) Hogyan befolyásolja adott környezet szokás és normarendszere a gesztikulációt?

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

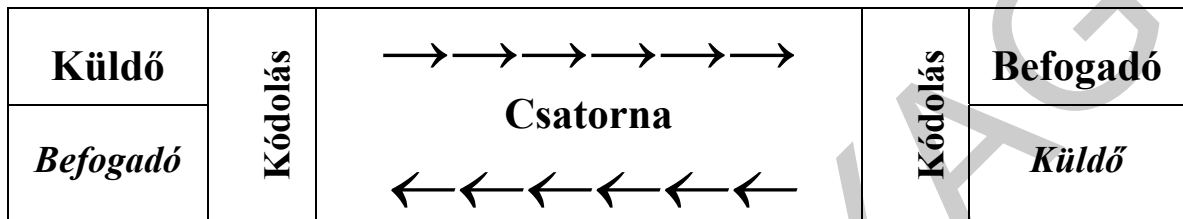
MUNKKAMINTA

MEGOLDÁSOK

1. feladat

A kommunikáció folyamata:

Az adó fejében megszületik egy gondolat vagy egy érzés. A belső beszédről át kell térni a külsőre, meg kell fogalmazni, kódolni kell, mely során igyekszünk a fogadó számára érthető formába hozni. Közös jelrendszert kell használnunk.



2. feladat

A hanghordozás és a dallam emelkedő: szeretettel.

A hangerő intenzitása növekszik: agresszíven.

A beszéd ritmusa szakadozott: gúnyosan.

A beszéd ritmusa egyenletes, szépen tagolt: tárgyilagosan.

3. feladat

	<p>barát Indoklás: laza testtartás, arckifejezés szerint figyelem a beszélőre, kezek tartása ragaszkodást fejez ki</p> <p>főnök Indoklás: terpeszállás: „kiállás”, beszéd közben a kezekkel gesztikulálás, határozott arckifejezés.</p> <p>üzletkötő Indoklás: szabálykövetés – feszes tartás, kellék a diplomata táská, a beszélő nem látja, mégis szinte beosztotti merevség</p> <p><i>Megj: egyéb jó válasz is elfogadható</i></p>
--	---

4. feladat

Maga, uram, hölgyem, mamika, fiú, „nadság”, kiskegyed, kisasszony, hapsikám, barátocskám, tatus, ön, magácska, csillagom, Kovács Úr, Mucikám, Jecóka, tanár úr, kend, tündérlém, doktor úr, anyuka.

5. feladat

Az ember komfortérzetéhez kell egy saját zóna. Ebben érezzük jól magunkat. Mindenki magáénak tekint különböző személyes területeket. A zsúfolt nagyvárosban élők kisebb a térigénye, mint egy falusinak. Az agresszív emberek térigénye is nagyobb, mint a szubmisszív, ráhagyó embernek.

Az intim távolságon belül csak a hozzánk legközelebb álló embereket viseljük el. Ezek a szeretteink: szüleink házastárs, gyermek, közeli rokon. Ez a távolság testunktől 30–40 cm-ig terjed. Gyakori a szabad felületek érintése, érezzük a másik testének melegét, illatát, beszédünk lehalkul.

A személyes távolságot az intim távolságtól úgy 1 méterig terjed, könnyen megérinthetjük a másikat, meg is érinthetnek bennünket. Ilyen távolságban vannak az ismerősök, bizonyos szakmában dolgozók, pl. fodrász, kozmetikus, orvos, masszőr. Élesen látjuk a másikat, nem érezzük a teste melegét, illatát, normál hangerőn beszélgetünk.

A társalgási távolság 1–3 méter között van. Idegenek vagy egymást alig ismerő emberek közötti távolságtartására jellemző. Ilyen az autószerelő, bolti eladó, portás.

6. feladat

a) Mi a kommunikációs csatorna?

A kódolt üzeneteket úgynevezett kommunikációs csatornán keresztül küldjük el. A csatorna lehet a közös légtér, telefonvonal, de lehet egy pályázat is.

A csatorna is kommunikációs korlát, mert az üzenetek egy jelentős része elvész.

b) Milyen gondok léphetnek fel a kommunikációs csatornában? Értelmezze ezeket!

- fizikai zaj (szól a rádió, olvashatatlan levél, kapkodva leírt jegyzet)
- pszichés zaj (nem érdekel az adó, nem hiteles, de lehet egy váratlan esemény is, pl. szept. 11. USA)
- ritmus hibák (túl gyors, vagy túl lassú beszéd, rossz artikuláció)

c) Miért fontos kérdezni? (Csak felsorolás– min. 3 db)

A kérdés fontos része a kommunikációnak. Kérdezni célszerű is, mert:

- a kérdező irányítja a beszélgetést
- a kérdés alkalmas a társalgás fenntartására

- amit én mondanék, azt már tudom, abból tanulhatok, amit a másik mond
- az üzleti életben egy partner megnyerése szempontjából fontos, hogy sikerül-e megfelelő időben hatékony kérdést feltenni
- tárgyalások kezdetén segíthetjük a partnert jó kérdéssel a mondanivalója kifejtésében
- a kérdezés alkalmas a dühös, felindult emberek érzelmének lecsillapítására

d) Melyek a kérdezés leggyakoribb hibái? (Csak felsorolás- min. 3 db)

- nem kérdezünk eleget
- a társalgást túl nehéz kérdéssel kezdjük
- nem célszerű nyitott kérdést feltenni
- zárt kérdések sora
- referencia keret, ha a társunk valamilyen szinten közöl, úgy jó, ha azon a szinten kérdezzük
- orientáló kérdés, a kérdésben benne van a válasz
- előbb kérdezni, aztán.....

e) Döntse el, hogy az alábbi megállapítás igaz vagy hamis: az arcjáték társadalmilag meghatározott, azaz érzéseink mimikai kifejeződése majdnem minden ember számára egyértelmű. Indokolja választását.

Igaz, az öröm, a bánat, a meglepődés, az undor, a félelem, a düh jeleit mindenhol felismerik. Ebből gondoljuk, hogy ezek a genetikailag kódoltak.

Az ember arca mutathat társadalmi szabályokhoz kötött jelzéseket is. Bizonyos élethelyzetekben, pedig nagy gonddal igyekszünk mimikánkat szabályozni.

f) Hogyan befolyásolja adott környezet szokás és normarendszere a gesztikulációt?

A gesztikuláció számos megnyilvánulása konvencionális, tehát adott társadalomban egységesen befogadott, és szavak helyettesítésére használatos. Főleg akkor élünk ezekkel, ha a beszéd valamilyen akadályba ütközik. Pl.. Túl messze meglátunk valakit, nem kiabálunk, hanem intünk neki.

Legáltalánosabb jelek a hívás, intés és elutasítás. Fontos, hogy milyen kultúrában milyen jelzést adunk, hiszen egy mozdulat egyik kultúrában mindennapi, míg máshol, durva jelentése van. Pl.: V, mint Viktória, azaz győzelem, Olaszországban ez felszarvazást jelent.

IRODALOMJEGYZÉK

FELHASZNÁLT IRODALOM

Dr. Pálinkás József: Üzleti kommunikáció (2001)

Dr. Radó András: Üzleti kommunikáció (2003)

Glovacz Miklósné: Viselkedés-és kommunikációs kultúra, NSZFI Budapest 2008)

Dr. Raátz Judit: Kommunikáció a vendéglátó és az idegenforgalmi szakképzés számára
www.doksi.hu

AJÁNLOTT IRODALOM

Mark Hampshire&Keith Stephenson: Jelek és szimbólumok, Scolar Kiadó 2008

MUNKANYAG

A(z) 1322-06 modul 001-es szakmai tankönyvi tartalomeleme felhasználható az alábbi szakképesítésekhez:

A szakképesítés OKJ azonosító száma:	A szakképesítés megnevezése
33 542 01 1000 00 00	Bőrdíszműves
33 542 01 0100 21 01	Táskajavító
33 542 02 1000 00 00	Cipész, cipőkészítő, cipőjavító
31 542 01 0000 00 00	Kalapos, sapka- és kesztyűkészítő
31 542 01 0100 31 01	Kalapos, sapkakészítő
31 542 01 0100 31 02	Kesztyűs
33 542 05 0010 33 01	Csecsemő- és gyermekruha-készítő
33 542 05 0010 33 02	Férfiszabó
33 542 05 0010 33 03	Női szabó
33 542 05 0100 21 01	Fehérnemű-készítő
33 542 05 0100 21 02	Lakástextil-készítő
33 542 05 0100 21 03	Munkaruha- és védőruha-készítő
31 542 02 1000 00 00	Szíjgyártó és nyerges
31 542 02 0100 31 01	Bőrtárgykészítő
31 542 02 0100 21 01	Szíjgyártó
33 542 07 0000 00 00	Szűcs, szőrme- és bőrkonfekcionáló
33 542 07 0100 31 01	Bőrruha-készítő, -javító
33 542 09 0000 00 00	Tímár, bőrkikészítő
33 542 09 0100 33 01	Szörmeipari megmunkáló, szörmefestő

A szakmai tankönyvi tartalomelem feldolgozásához ajánlott óraszám:

10 óra

MUNKKANYAG

A kiadvány az Új Magyarország Fejlesztési Terv
TÁMOP 2.2.1 08/1-2008-0002 „A képzés minőségének és tartalmának
fejlesztése” keretében készült.

A projekt az Európai Unió támogatásával, az Európai Szociális Alap
társfinanszírozásával valósul meg.

Kiadja a Nemzeti Szakképzési és Felnőttképzési Intézet
1085 Budapest, Baross u. 52.
Telefon: (1) 210-1065, Fax: (1) 210-1063

Felelős kiadó:
Nagy László főigazgató