выступило ведущее немецкое научное сообщество в области биотехнологий DECHEMA. Проведение вебинара позволило узнать о технологических потребностях зарубежных компаний, инновационных разработках, готовящихся к выходу на мировой рынок, а также привлечь финансирование для проектов. В этом же году центр трансфера технологий широко информировал своих клиентов о том, что российская венчурная компания совместно с бизнес-инкубатором «Ингрия» провели первую в России образовательную онлайн-программу в формате вебинаров по построению системы трансфера технологий в вузах и научных организациях. В ходе вебинаров участниками отработывались практические навыки построения и использования эффективной системы трансфера технологий, изучались практические кейсы маркетинга технологий.

О высокой результативности вебинаров свидетельствуют имеющиеся оценки специалистов, которые на практике ощутили их полезность. В ряде случаев после проведения вебинаров наблюдался рост продаж от 20 до 70 процентов, существенно сократилась продолжительность продаж. Обычно каждый пятый посетитель вебинара становился реальным покупателем.

На вебинарах предоставляется возможность открытого влияния не только на специалистов по закупкам, но и на инженерно-технических сотрудников, а также на руководителей организаций, принимающих решение о покупке. Достигается широкий охват целевой аудитории и весьма высокие показатели избирательности. Эффективным является позиционирование продавцов как компетентных специалистов в области производства и потребления продвигаемых товаров и услуг, а также новых технологических решений.

Вебинары позволили организаторам существенно снизить временные и денежные затраты на проведение встреч, переговоров и совещаний, оперативно решать возникающие вопросы и связываться с клиентами, партнерами и сотрудниками вне зависимости от их местонахождения.

Вебинары, как уже отмечалось, не могут полностью заменить личные продажи, но они позволяют провести качественную работу по подготовке личного контакта с клиентом, существенно снизить затраты и вплотную подойти к заключению договоров поставки и купли-продажи.

Список использованных источников

1. Стулов, А. Организация и проведение вебинаров [Электронный ресурс]. – Режим доступа <http://www.hrm.ru/> – Дата доступа: 27.02.2018.
2. Платформа для вебинаров [Электронный ресурс]. – Режим доступа <http://www.mirapolis.ru/> - Дата доступа: 31.03.2018.

*Е. А. Киеня, канд. экон. наук, доцент
Е.А. Булатая, В.А. Примачёнок
ГИУСТ БГУ Минск (Беларусь)*

НЕВЕРБАЛЬНЫЕ КОММУНИКАЦИИ В ДЕЛОВОЙ СФЕРЕ

Многие профессии, такие как менеджер, политик, бизнесмен и др. подразумевают большое количество встреч и переговоров. Для того, чтобы добиться профессионального успеха в данной деятельности, таким людям необходимы некоторые знания и умения: находить подход к людям, располагать их к себе, выстраивать правильные

взаимоотношения. Общение с людьми – это наука и искусство. Изучением общения занимаются различные науки. Одна из них психология, а точнее раздел изучающий невербальное общение, который играет большую роль в построении деловых и межличностных отношений.

Люди могут обмениваться информацией разного типа на разных уровнях понимания. Известно, что общение не исчерпывается устными или письменными сообщениями. В этом процессе важную роль играют эмоции, манеры партнеров, жесты. Психологами установлено, что в процессе от 60 до 80 % коммуникаций осуществляется за счет невербальных средств выражения и только 20-40% информации передается с помощью вербальных. Эти данные заставляют задуматься над значением невербального общения для взаимопонимания людей, обратить особое внимание на значение жестов и мимики человека, а также порождают желание овладеть искусством толкования этого особого языка, на котором мы все разговариваем, не осознавая этого.

Роль такой коммуникации в современном деловом общении состоит в том, что она помогает увеличить эффективность ведения переговоров. У человека появляется набор инструментов, которые могут оказать влияние на партнера, точнее, на его подсознание, чтобы он принял нужную точку зрения в переговорах. Главное, что все это происходит не явно, а как бы невзначай.

Специалисты «орудуют» жестами и прочими невербальными сигналами естественным образом, что только подтверждает правдивость их намерений для собеседника.

К невербальным средствам делового общения, как уже отмечалось, относятся образные (неязыковые) системы деловой коммуникации, которые включают в себя сигналы:

- кинесические (мимику, жесты, походку, позу, взгляд),
- такесические (телесные контакты: похлопывания, рукопожатия),
- проксемические (дистанция между деловыми партнерами и угол ориентации по отношению друг к другу) [1].

Невербальные средства, таким образом, вплетаются в канву межличностного общения деловых партнеров и фактически служат его естественным фоном и дополнением речевой (вербальной) коммуникации. Через систему невербальных сигналов транслируется информация об эмоциях и чувствах деловых партнеров, их эмоциональных реакциях и эмоциональных состояниях.

Невербальные средства общения выполняют следующие основные функции:

- помогают понять свое или чужое поведение, являются ориентиром в социальной жизни человека;
- являются средством выражения психического состояния человека;
- необходимы для взаимодействия между людьми, выражения отношения друг к другу, помогают решить и истолковать деловые или бытовые ситуации;
- помогают придать эмоциональную окраску разговору, усилить эффект от произнесенной речи;
- являются показателем статуса человека, показывает его роль в обществе; – помогают в создании психологического портрета и образа собеседника [2].

Большинство людей уделяют невербальным средствам коммуникации недостаточно внимания. При разговоре отношение к собеседнику складывается на интуитивном уровне, поэтому во время разговора может появиться дискомфорт или чувство тревоги. Некоторые люди расценивают это как интуицию, хотя на самом деле такие сигналы нам посылает мозг, когда наблюдает не соответствие произносимой речи с невербальными проявлениями.

Рассмотрим некоторые элементы невербальной коммуникации, на которые следует обращать внимание в процессе делового общения.

1. Мимика. Мимика в невербальной коммуникации используется для передачи чувств и представляет движение лицевых мышц. Проводимые тесты на практике показали, что отсутствие эмоций на лице во время разговора ведет к потере 15% произносимой информации. Главную мимическую роль выполняют губы и брови человека. Для выражения гнева, отвращения, радости, страха, печали, удивления мышцы лица действуют слаженно и целостно.

Это действенное орудие социального влияния, ей можно управлять, и многие люди с успехом с этим справляются. Поэтому определить настоящие чувства собеседника можно, если действовать быстро и крайне внимательно.

Лицо человека является главным источником информации о психологических состояниях, но во многих ситуациях оно гораздо менее информативно, чем тело, потому что выражение лица сознательно контролируется гораздо легче и лучше, чем телесные движения. При определенных обстоятельствах, например, когда человек хочет скрыть свои чувства или сообщить заведомо ложную информацию, лицо становится менее информативным, а тело – главным источником знаний для партнера.

2. Поза – это положение человеческого тела, типичное для данной культуры, элементарная единица пространственного поведения человека. Поза, например, наглядно показывает, как данная персона воспринимает свой статус по отношению к статусу других присутствующих лиц. Люди с более высоким положением принимают более непринужденные позы, чем их подчиненные. Главное смысловое содержание позы – размещение человеком своего тела по отношению к собеседнику. Это размещение свидетельствует о открытости или о расположенности к общению.

Этикет невербального общения с деловыми партнерами или подчиненными подразумевает, что Вы должны подкреплять слова действиями. Собеседник не должен догадаться, что Вы не уверены в себе или сомневаетесь в принятом решении (даже если это так). Необходимо заранее выбрать нужную позу – открытую, без скрещивания рук или ног. Взгляду следует придать уверенности, а контакт с глазами собеседника сделает общение более доверительным. Если Вы поднимаете плечи, опускаете голову, то это сигнализирует о том, что Вы напряжены, замкнуты, испытываете боязнь поражения или страх. А вот наклон тела в сторону собеседника означает Вашу заинтересованность.

Благоприятное впечатление производит правильная осанка, она характеризует Ваш характер и настрой. Спина должна быть расправлена, голова высоко поднята (но не переусердствуйте, иначе Вы можете показать превосходство над собеседником). Горделивую осанку обычно приписывают королям, боссам крупных корпораций, другим знатым или богатым особам. Хорошая осанка должна выглядеть легкой и естественной, зажатость тут недопустима. Если Вы постоянно сутулитесь, то к Вам будут относиться с недоверием, считая, что Вы общаетесь без интереса, и то, о чем Вы говорите или чем занимаетесь, не вызывает у Вас энтузиазма.

3. Жесты. Так же легко, как и поза, может быть понято значение жестов, разнообразных движений руками и головой, смысл которых понятен для общающихся сторон. О той информации, которую несет в себе жестикуляция, известно довольно много. Прежде всего, необходимо учитывать, что вместе с возрастанием эмоциональной возбужденности человека, его взволнованности растет интенсивность жестикуляции, как при желании достичь более полного понимания между партнерами, особенно если оно затруднено.

Если Вы хотите понять, обманывает Вас партнер или говорит искренне, не упустите из виду следующие жесты: собеседник потирает нос (чаще указательным пальцем), ерзает на стуле или часто меняет положение тела, отводит взгляд, его зрачки при беседе сужаются, он часто прикасается ко рту или прикрывает его. Все это показывает: человеку есть что скрывать либо он откровенно лжет.

4. Визуальные средства коммуникации. Визуальные взаимодействия между людьми играют важную роль во время передачи информации. Взгляд помогает заострить внимание на говорящем человеке. Во время разговора люди смотрят в глаза друг другу в среднем от 10 секунд. Меньшее количество времени расценивается как неуважение и вызов. При разговоре слушающий человек смотрит на собеседника дольше, чем говорящий. Взгляд связан с формированием мыслей при передаче информации, когда мысль формируется человек не смотрит на собеседника, когда он знает, что хочет сказать он обращает на него внимание [3].

Отсутствие какого-либо движения глаз вообще или прикрытые веки выражают крайнюю степень скуки или полное безразличие к происходящему.

Исходя из вышесказанного, можно отметить, что одной из основ деловых коммуникаций является правильное толкование и использования языка тела, мимики, жестов. Невербальное поведение личности: создает образ партнера по общению; является индикатором актуальных психических состояний личности; поддерживает оптимальный уровень психологической близости между общающимися. Эти знания необходимы как для распознавания намерений собеседника, так и для проработки своего образа, а также являются основой не только успешных деловых, но и повседневных отношений.

Список использованных источников

1. Березуцкая Ю.П., Невербальные средства процесса делового общения, Психология делового общения, Общая психология, [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: <http://www.psychology.vuzlib.su> (дата обращения 20.03.2018).
2. Бороздина Г.В. Психология делового общения: Учебник. – 2-е изд. – М.: ИНФРА-М, 2005. – 295 с.
3. Корпоративная культура: учебное пособие. Автор – сост. И.Н Кузнецов – Минск: Книжный Дом Мисанта, 2006 – 304с.

*Ю.В. Довнар, В.О. Рабченок
Е. А. Киеня, канд. экон. наук, доцент
ГИУСТБГУ
Минск (Беларусь)*

РАСПРОСТРАНЕНИЕ И ПРОФИЛАКТИКА СЛУХОВ В ОРГАНИЗАЦИИ

Современные компании предполагают собою большие коллективы, где управление нельзя осуществить без формирования корпоративной культуры, характеризующейся бесконфликтным психологическим климатом. Нормальный психологический климат не создается в один день, он требует огромных усилий. Нарушить его может любая мелочь, поэтому его надо постоянно поддерживать. Управленческому персона-