**ТЕМА 6. Техніка мовленнєвої комунікації**

**План**

1. Культура спілкування.

2. Міжкультурна комунікація.

3. Вплив національно-культурних чинників на процес спілкування.

4. Невербальні засоби спілкування.

**Завдання**

1. «Французький діловий обід є хорошим прикладом того, як певна річ, важлива в одній культурі, по-іншому оцінюється в іншій. Для француза зустріч за межами організації в приємній атмосфері є способом кращого пізнання ділового партнера. Згідно з дослідженнями, діловий обід у Франції триває 124 хвилини, тоді як в Америці - 67 хв. На основі здобутого досвіду можу підтвердити, що французький діловий обід у разі створення нових ділових відносин може тривати до трьох годин. Для француза діловий обід є багатофункціональним процесом. Представники цієї культури вважають, що церемонія прийняття їжі сприяє просуненню справи. Тому для них важливіше налагодити особистісне спілкування, ніж дотримуватись жорсткого ділового режиму. Така поведінка французів щодо використання часу, проведеного за межами організації, не виправдана в Німеччині. Німці не схвалюють того, що французи не розмежовують офіційної частини і приватної і це створює в них думку, що французи відносяться несерйозно до справи».

*Охарактеризуйте дані етикетні правила. Яких правил прийнято дотримуватись під час ділових переговорів в Україні.*

2. Дайте відповідь на запитання.

А. Комунікація не обов'язково закінчується розумінням. Міжкультурна комунікація постійно включає неправильне розуміння, спричинене неправильними інтерпретацією, оцінюванням тощо. Якщо особа, яка надсилає інформацію, - виходець з однієї країни, а адресат - з іншої, шанси точної передачі повідомлення доволі низькі.

*Проаналізуйте, від кого залежить успішність передачі повідомлення.*

Б. Певні перешкоди, що заважають контакту комунікатора та реципієнта, називаються комунікаційними бар’єрами.

*Проаналізуйте, як окремі з них проявляються в невербальній комунікації. Як їх можна подолати або запобігти?*

**Тести**

*1. Коли з’явився термін «міжкультурна комунікація»:*

А)1972р.;

Б)1954 р.;

В)1911 р..

*2. В чому виявляються чинники, які пов'язані з культурною традицією:*

А) у дозволі чи забороні певних типів і різновидів спілкування;

Б) у функціонально-стилістичних особливостях та етикетних формах;

В) у рольових та соціально-символічних особливостях спілкування.

*3. Сейлз-промоушн – це:*

А) маркетингова комунікація, спрямована на оптимізацію рекламування та реалізації товару (послуги);

Б) система заходів з руху продажу товарів від виробника до споживача з метою прискорення реалізації товару шляхом надання споживачу певних привілеїв;

В) процес реалізації товару (послуги) в ситуації безпосередньої взаємодії зі споживачем.

*4. Культура – це:*

А) специфіка культурних знань яка полягає, в тому, що вони охоплюють освіту, науку, мистецтво, літературу, міфологію;

Б) сукупність як матеріальних, так і нематеріальних (“духовних”) цінностей, властивих суспільству в цілому;

В) дзеркало навколишнього світу, яка відображає дійсність і створює свою картину світу.

*5. Хто з вчених досліджував невербальні засоби комунікації?*

А) Куніцина, Н. Казаринова; В. Погольша;

Б) К.С.Мальцева, П.М.Донець;

В) Л. Самовар і Р. Портер.