**Задание для обучающихся с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения**

**Дата** 23.06.2020.

Группа Пр-19

Учебная дисциплина **ОКПО**

Тема занятия. Индивидуальное общение и работа с группой **№ 28**

Форма урока ПРАКТИЧЕСКОЕ

Содержание занятия.

**ДЕЛОВАЯ ПЕРЕПИСКА по электронной почте. Составление и редактирование текста выступления.**

В документе пишите наверху № урока, Ф.И., дату.

**Новый материал.**

**Задания**

1.Прочитайте и запишите **12 заголовков правил.**

**Правила деловой переписки по электронной почте**

**Правило 1.** Для служебной переписки используйте только рабочий email. Данное замечание относится не столько к этикету деловых писем, сколько к деловой этике и сохранению вашей репутации. Всегда помните, что все письма, которые вы отправляете с рабочего компьютера, сохраняются на сервере, и ваш руководитель при желании может с ними ознакомиться.

**Правило 2.** Определите круг адресатов вашего послания. Если пишите письмо руководителю, то и адресат должен быть один — руководитель, если пишите коллегам или подчиненным, то адресатов может быть несколько. Вносите их через запятую в поле «Кому», а всех заинтересованных лиц — в поле «Копия». Это могут быть третьи лица, упоминаемые в тексте послания. Старайтесь не рассылать лишних копий, особенно руководству. Подобострастие и желание угодить вас не украсит. Ещё более плохую службу вам сослужит наличие «скрытых копий» письма. Вы прослывете интриганом.

**Правило 3.** Цель письма должна быть прозрачна и для вас, и для адресата. Четко сформулируйте цель своего послания: каких действий вы ждете от читателя сообщения? Какая реакция должна последовать. Эта цель должна быть прозрачна не только для вас, но и для адресата. Цель послания предопределяет форму и грамматику повествования: изложение вашего мнения и вашей оценки ситуации предполагает использование 1 лица («я» и «мы»); запрос, инструкция, побуждение к действию предполагает использование 2 лица («ты» и «вы»); информирование о событиях с точки зрения стороннего наблюдателя предполагает использование 3 лица («он» или «они»).

**Правило 4.** Не оставляйте поле «Тема» пустым. Большинство пользователей начинают знакомство с электронным сообщением с изучения поля «тема». Иногда этим и заканчивают. Чтобы ваше послание не удалили ещё до прочтения, стремитесь к тому, чтобы тема была максимально конкретной, информативной и краткой. Неопределенные темы вроде «Запрос информации», «из Москвы», «доработанный вариант» не допустимы. Избегайте тем «Срочно», «Важно» и «ASAP». Собеседник воспримет их как манипуляцию: вы не объясняете причину срочности, но требуете немедленно открыть письмо. Примеры удачных тем: «Список членов команды для олимпиады по математике в Москве» «Перечень неисправного оборудования восьмого цеха от 01.04.21» «Исследование рынка проекционного оборудования за 2021 год» Если вы отвечаете на сообщение, то в поле «тема» появиться символ «Re», его рекомендуется удалить.

**Правило 5.** Придерживайтесь традиционной структуры сообщения. Структура письма проста и понятна, но каждый элемент в ней обязателен: Приветствие и обращение; Основной блок; Резюмирующий блок; Подпись Контактная информация. Проблемы в делах с перепиской возникают часто. Они связаны с тем, что переписка — дело на двух видах информации — бумажном и электронном. Что произойдет, если игнорировать разные носители писем и не учитывать их особенности? Узнайте из статьи Электронная и бумажная переписка: 8 ошибок в делах, которые допускают 90% ваших коллег

**Правило 6.** Приветствие и обращение — ключ к взаимопониманию. Никогда в качестве приветствия не используйте выражение «Доброго времени суток». Это дурной тон. Используйте универсальные «Здравствуйте!» или «Добрый день!». Читайте материал по теме в журнале «Справочник секретаря и офис-менеджера»: Почему приветствие «Доброго времени суток» неуместно в деловой переписке? Официальное письмо можно начать сразу с обращения «Уважаемый (имя и отчество)» или «Уважаемый господин (фамилия)». Какой вариант предпочтительнее – имя, отчество или фамилия? Правило здесь такое — если вы только устанавливаете контакт и пишите послание адресату в первый раз, то уместно обратиться по фамилии, когда контакт установлен, и вы пишите сообщение во второй раз, обращайтесь по имени-отчеству. Если послание имеет несколько адресатов, то подходящим вариантом будет обращение «Уважаемые господа» или «Уважаемые коллеги», если вы обращаетесь к представителям близкой вам профессии.

**Правило 7**. Лаконичность — главное достоинство электронной переписки. «Максимум смысла — минимум слов» — золотой девиз деловой переписки. Изложение мыслей должно быть: конкретным; последовательным; лаконичным; понятным. Пишите настолько короткие письма, насколько это возможно. Ученый и философ Герберт Пол Грайс говорил: «Высказывание должно содержать не больше информации, чем требуется. В то же время высказывание должно содержать и не меньше информации, чем требуется». Пишите короткими предложениями — и вам легче, и адресату понятнее. Разбивайте текст на абзацы, так его легче просматривать и находить нужную информацию. Еще один совет: одна тема — одно сообщение. Если вы хотите рассмотреть несколько несвязанных между собой вопросов, осветить несколько разных идей, то посвятите каждой теме отдельный текст. Разумеется, что поле «Тема» должно содержать эту идею или вопрос в краткой форме. Как добиться четкости и ясности в тексте письма, узнайте из статьи «Проблемные ситуации в деловой переписке. Как сохранить лицо» журнала «Справочник секретаря и офис-менеджера».

**Правило 8**. Не смешивайте стили. Сдержанный стиль изложения, никаких эмоциональных выражений — помните об этом. Если вы хотите как-то выделить или подчеркнуть важность той темы, которую вы затронули в послании, делайте это с помощью подтекста, которым должен скрываться за нейтральным, корректным, даже скупым стилем. Воздействие на адресата он окажет куда большее, чем набор эмоционально-окрашенной лексики, междометий и усилительных частиц. На заметку. Письма разного тона различаются структурой и построением фраз. Тон «Вы для меня» демонстрирует, что вы смотрите на адресата сверху вниз. Вы — главные, а он должен вам подчиняться и угождать. Этот тон предполагает категоричное начало письма — и такое же категоричное завершение. Он соответствует формальному стилю письма. Тон «Я для вас» показывает заботу и внимание. Теперь уже адресат главный, а вы стараетесь ему угодить. Такой подход иногда называют «сервисным», поскольку его чаще всего используют при обслуживании клиентов. Письмо тона «Я для вас» начинается и заканчивается дружественно. Такой тон соответствует неформальному или личному стилю в переписке. Иногда вам может потребоваться тон «Вы для меня» — например, для жесткой претензии. Но чаще нужен тон «Я для вас».

**Правило 9.** Основная часть письма должна быть четко структурирована. Согласно давней эпистолярной традиции, содержательная часть любого послания состоит из трех частей: Вступление. Основная часть. Заключение. Во вступлении излагаются причины или основания, инициировавшие написание послания. Обычно она очень короткая: «В ответ на ваш запрос…». В основной части излагается суть вопроса. Не забывайте разбивать смысловые блоки на абзацы, используйте нумерованные и маркированные списки, облегчающие восприятие текста. Заключение подводит итог изложенному, содержит предложения, просьбы, варианты решения проблемы.

**Правило 10.** Проверяйте орфографию и пунктуацию, следите за выбором слов. Очевидно, что наличие в тексте ошибок и опечаток может раз и навсегда погубить вашу деловую репутацию. Присутствие в тексте просторечных слов, равно как излишне усложненной лексики и непонятных терминов также не приветствуется. Стиль изложения должен быть простым и ясным. Телеграм-канал «Цифровой этикет» провел опрос о самой раздражающей вещи в электронной переписке. 61% участников проголосовал за ошибки и опечатки. Их воспринимают как небрежность и неуважение к собеседнику. Не стесняйтесь проверять себя по орфографическому словарю и перечитывайте письма перед отправкой.

**Правило 11**. Не забывайте про подпись и контактную информацию. Подпись и контактная информация не должны занимать больше 5-6 строк: Фамилия и имя автора письма; Должность; Название компании; Телефон; Email и адрес сайта. Перед подписью можно и даже нужно написать: «С уважением», «С наилучшими пожеланиями». Например: C уважением, Евгений Подольский, Руководитель юридического отдела ЗАО «Коммуникативные технологии» Тел.: (495) ХХХ-77-77 (доб. 14) E-mail: podolsky-mail@mail.ru www.communication-technology.ru В случае длительной переписки, можно ограничиться словами «С уважением» и именем с фамилией.

**Правило 12**. Отвечайте на письмо сразу. Если по каким-то причинам вы не можете ответить сразу, допустим, не располагаете всей информацией или просто не готовы, просто напишите, что письмо получено и вы ответите позже. В противном случае, адресат не будет уверен, что письмо получено или не было удалено по ошибке.

**2. Прочитайте текст и запомните**

Деловая переписка по электронной почте.

***Написание ответа.***

* • Ответ на письмо должен находиться сверху письма.
* • Начинать всегда следует с приветствия.
* • Письмо должно быть написано кратко, четко, понятно и не должно затрагивать несколько тем.
* • Письмо должно быть хорошо структурировано.
* • Необходимо выбрать адекватный стиль общения. Общаться с человеком нужно на его языке. Коммуникация должна быть уважительной и корректной.
* • При ответе на просьбы точно определять сроки выполнения тех или иных заданий и поручений.
* • Отвечать на письма лучше сразу, не откладывая в "долгий ящик", иначе объем информации, которую нужно отправить, будет расти как снежный ком.
* • Прежде чем отправить письмо, следует проверить его на грамотность, сверить основные данные, факты, цифровой материал и т.д.

3**. Прочитайте и ответьте на вопросы текста по ссылке**

Тексты речей и выступлений

**1. Каковы характеристики текста речи?**

**2. Что входит в структуру и построение устного PR – обращения?**

Составление и написание речей и выступлений для руководителя, может быть, и не самая частая работа, которую приходится выполнять специалисту по связям с общественностью в организации. Но в нашем быстро изменяющемся мире с его подчас очень существенным дроблением функций среди отделов организации написание речей для руководства все больше входит в круг обязанностей службы по связям с общественностью. Мнение Е. А. Блажнова, одного из первых и авторитетнейших российских авторов в области PR, по этому вопросу достаточно однозначно и категорично: «Кто пишет речь оратору? ТОЛЬКО СПЕЦИАЛИСТ по связям с общественностью. Иного не может быть, потому что эта «речь» – не свободный поток сознания начальника, не упражнения в остроумии и т. п., а устное PR-обращение».

Чтобы написать текст выступления для другого человека, рекомендуется знать этого человека достаточно хорошо. Нужно знать много его личных качеств, таких как манера говорить, свойственно ли ему жестикулировать во время публичных выступлений, знать, какие обороты речи ему присущи. Когда вы пишете текст для его выступления, вы на это время должны стараться стать этим человеком, мыслить как он, видеть ситуацию, как видит ее он. Конечно, очень часто текст выступления пишется теми, кто будет его произносить, но также часто этот текст появляется в результате сотрудничества руководителя со специалистом по связям с общественностью. Не останавливаясь здесь на личных и служебных взаимоотношениях руководителя и такого специалиста, попробуем лучше определить, что именно, какие черты характеризуют хорошее выступление и как этого добиться.

**Что же следует иметь в виду, работая над текстом речи?**

**Краткость.**Длинные выступления (от 30 до 60 минут) ушли в прошлое. Теперь даже на очень серьезных научных конференциях, где встречаются ученые с мировым именем, или на бизнес-встречах с участием крупнейших представителей этого мира отдельный выступающий не занимает время аудитории долее чем на 15–20 минут. За счет чего достигается эта краткость? Прежде всего за счет того, что оратор не затрагивает много разных, хотя и связанных между собой тем, не цитирует классиков, «не растекается по древу», а выбирает лишь одну тему, особенно в тех случаях, когда эта тема нова и сложна для аудитории.

**Контакт с аудиторией.**В тексте должна быть заложена основа доверительного отношения со стороны слушающих к тому, о чем вы говорите. Не давайте аудитории возможности потерять основную мысль вашего выступления, развивайте ее за счет доказательных деталей и повторов наиболее ярких моментов речи. Последнее очень часто используют ораторы во время политических дебатов и предвыборных кампаний.

**Юмор.**Он, конечно, оживляет вашу речь, но ни в коем случае ваше выступление не должно задеть или обидеть какую-либо часть вашей аудитории. Пользуйтесь этим приемом осторожно. Помните, что юмор носит очень личностный характер, писать текст с элементами юмора для другого нелегко и довольно ответственно.

**Хорошее построение речи.**Удачное вступление, последовательное, доказательное и логически обоснованное изложение центрального вопроса и заключение, показывающее глубокую убежденность оратора в правильности занимаемой им позиции, – три момента, о которых необходимо помнить, работая над текстом выступления.

И еще несколько слов **о структуре** и построении устного PR-обращения.

**Вступительная часть.**В ней всегда раскрывается тема и перечисляются конкретные вопросы, которые будут затронуты в выступлении.

**Основная идея**излагается в логически упорядоченном виде с привлечением примеров и доказательств. Если информация сложная, используйте визуальные материалы.

**В выводах**повторите основные положения выступления. В каждом конкретном случае при составлении текста выступления нужно также дополнительно учитывать много разных параметров:

• место, время, состав аудитории;

• цель выступления – информировать, убедить, поздравить или развлечь. Но какова бы ни была цель выступления, всегда пишите «для уха», а не «для глаз». Главным правилом для этого является использование коротких фраз. Длинные периоды с придаточными предложениями и причастными оборотами делают речь тяжелой и очень трудной для восприятия на слух.

**Дополнительные рекомендации**:

• при выступлении имейте перед глазами текст вашего выступления даже в том случае, если вы не намерены его зачитывать. Между прочим, в последнее время на конференциях с большим числом докладов все чаще рекомендуется именно зачитывать доклады, поскольку это в значительной мере содействует соблюдению регламента;

• не переполняйте свою речь излишним использованием статистики и специальной терминологии;

• планируйте свое выступление на 10–15 минут.

**Форма отчета**

Отчет по заданию **вышлите в едином *документе*** *в формате MS Word.*

Срок выполнения задания 23.03.21.

**Получатель отчета.** *Выполните задания и отправьте на*

электронную почту lik 1506 @ yandex.ru с указанием Ф.И. группы, 28

в документе то же.