

І.М.Копилова,

Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ,
м. Чернівці

ВПРАВИ, СПРЯМОВАНІ НА ОВОЛОДІННЯ НАВИЧКАМИ ВЕДЕННЯ ДІЛОВИХ ПЕРЕГОВОРІВ НІМЕЦЬКОЮ МОВОЮ

У статті розглянуто актуальність розробки вправ для формування умінь та навичок ведення усних і письмових ділових переговорів на заняттях з ділової німецької мови, охарактеризовано існуючі функції ділових переговорів та основні групи вмінь для їх успішної реалізації.

The article goes on to discuss the topicality of elaboration of the exercises for developing oral and written skills at Business German classes. The functions of business negotiations on the basis of skills group for their successful realization have been defined.

З метою успішної реалізації економічної співпраці України з її партнерами важливого значення набуває проблема підготовки кваліфікованих фахівців, які спроможні належним чином долучитися до участі у співробітництві України з Європейською спільнотою та з державами світу загалом. Найважливішим завданням для розв'язання цієї проблеми є формування у молодих спеціалістів навичок і вмінь професійного спілкування іноземною мовою, зокрема, ведення ділових переговорів.

Навчання студентів економічних спеціальностей веденню ділових переговорів іноземними мовами в усній та письмовій формі є неодмінною передумовою для досягнення основної мети навчання іноземній мові – оволодінню іноземною мовою як засобом фахового спілкування.

Розробкою вправ для навчання різним видам мовленнєвої діяльності студентів немовних ВНЗ успішно займаються Н.К.Скляренко, В.Д.Борщовецька, О.Б.Тарнопольський, О.М.Устименко, А.Я.Личко, О.П.Биконя та інші. Актуальною є розробка системи вправ для формування вмінь та навичок ведення ділових переговорів іноземною мовою.

Метою даної статті є запропонувати розроблені вправи для навчання студентів економічних спеціальностей веденню ділових переговорів на заняттях з ділової німецької мови. Для успішної розробки вправ було враховано функції ділових переговорів та основні групи вмінь, необхідних для їх успішної реалізації [2, с.32-33].

Інформаційна функція забезпечує обмін думками без прийняття рішень, які вважаються невігідними або

передчасними на момент обговорення. Ця функція включає такі вміння як отримання інформації чи доведення цієї інформації до учасників переговорів.

Регулююча функція забезпечує регуляцію поведінки суб'єктів та їх спільної діяльності. До цієї функції належать вміння знаходити потрібні форми спілкування з партнерами.

Афективна функція належить до емоційної сфери поведінки людини, коли вміння спрямовані на сприйняття партнерів одне одним та спроможність оцінити результат.

Комунікативна функція пов'язана з пошуком нових зв'язків і стосунків. Ця функція включає вміння долучатися до процесу ведення ділових переговорів, реагувати на основні ідеї та розпізнавати суттєво важливу інформацію під час переговорів, виконувати широкий спектр мовленнєвих функцій, реагувати на них та вміло користуватися загальноживаними фразами.

Функція „прийняття рішення“ відповідає за процес усвідомлення суб'єктами переговорів зацікавленості у взаємодії в процесі прийняття узгоджених рішень для досягнення певної спільної мети (розв'язання спільної проблеми). Ця функція включає вміння, які спрямовані на побудову загальної стратегії взаємодії.

Контролююча функція має на меті виконання різних функцій, видів завдань, перевірку та контроль певних дій, зокрема, вміння контролювати й узгоджувати свої дії.

Функція „координації дій“ як складова частина процесу управління пов'язана із погодженням, упорядкуванням дій різних суб'єктів переговорного процесу. До цієї функції належать вміння усвідомлено керувати поведінкою в різних ситуаціях під час ведення переговорів.

Деструктивна функція – функція, призначенням якої є відвернути увагу партнера або зацікавити самим фактом переговорів з ним третю особу. Ця функція включає вміння оцінювати наміри потенційних партнерів.

Пропагандистсько-рекламна функція спрямована на презентацію ідей, поглядів, переконань (у переговорах із зовнішньополітичних або соціальних питань) стосовно товарів або послуг. До цієї функції належать вміння переконати партнера, обґрунтувати свою точку зору.

Функція маскування передбачає не розв'язання проблеми, а

затушовування її, прагнення відійти від прийняття рішень. До цієї функції належать уміння відійти від прийняття рішень у необхідний для процесу переговорів момент.

Миротворча функція спрямована на розв'язання конфліктних ситуацій. До цієї функції належать уміння, спрямовані на примирення конфліктуючих сторін.

Культурно-національна (міжкультурна) функція. До цієї функції належать уміння користуватися вербальними і невербальними засобами спілкування із зарубіжними партнерами.

Розглянемо вправи для навчання веденню ділових переговорів на заняттях з ділової німецької мови відповідно до обраних функцій та основних груп умінь.

Вправа 1.

Мета: навчити студентів починати ділові переговори.

Завдання: а) Stellen Sie folgende Vorbereitungsetappen der Verhandlungen in richtiger Reihenfolge auf:

Besprechung der mit den Verhandlungen verbundenen Fragen
Begrüßung der Besucher
Kurzes Gespräch – Fragen über die Reise
Willkommen
Sich und Kollegen vorstellen
Höflicher Vorschlag – z.B. eine Tasse Tee oder Kaffee

Lösung: 1. Willkommen 2. Begrüßung der Besucher 3. Sich und Kollegen vorstellen 4. Kurzes Gespräch – Fragen über die Reise 5. Höflicher Vorschlag – z.B. eine Tasse Tee oder Kaffee 6. Besprechung der mit den Verhandlungen verbundenen Fragen.

б) Was tut eine Person? Setzen Sie entsprechende Wörter oder Wortgruppen ein:

j-n vorstellen begrüßen j-m etw. vorschlagen willkommen ein kurzes Gespräch führen

1. Ist das Ihre erste Reise nach Deutschland? _____
2. Sehr angenehm Sie kennenzulernen. _____
3. Möchten Sie eine Tasse Tee oder Kaffee? _____
4. Wir freuen uns sehr, Sie bei unserer Firma zu empfangen. _____
5. Hier ist Frau Schulz. Sie ist Personalmanager unserer Firma. _____

Lösung: 1) ein kurzes Gespräch führen, 2) begrüßen, 3) j-m etw. vorschlagen, 4) willkommen, 5) j-n vorstellen.

Вправа 2.

Мета: навчити студентів при веденні переговорів орієнтуватися в партнерах.

Завдання: Es gibt drei Typen von Negotianten, die an den Verhandlungen teilnehmen: einen Kämpfer, einen kreativen Negotianten und einen Negotianten, der eine unabhängige Priorität sucht. Beantworten Sie folgende Fragen und bestimmen Sie, was für einen Negotiantentyp Sie sind:

Welcher Negotiantentyp sind Sie?

1. Ihr Ziel während der Verhandlungen ist es...

a) mehr Berührungspunkte für die beiden Seiten der Verhandlungen zu finden.

b) zu gewinnen und die andere Seite zum Abtreten zu zwingen.

c) die beste Einigung für Ihre Seite zu finden.

2. Sie..., wenn die andere Seite ihre Meinung über die Verhandlunggegenstände äußert. Sie...

a) verwenden diese Information, um schwache Stellen anderer Seite abzuschätzen.

b) entwerfen, was Sie zu sagen haben.

c) hören mit maximaler Aufmerksamkeit zu.

3. Sie glauben, dass...

a) eine zur Verfügung stehende Zeitspanne für den Verkehr sowie für die Bekanntschaft mit anderer Seite ausgenutzt werden soll.

b) der gute Wille wichtig ist, aber die Verhandlungen sollen konkret und nicht verzögert sein.

c) die Verhandlungen zum Geschäft wie möglich schnell führen sollen.

4. Sie..., wenn Sie während der Verhandlungen Ihre Meinung äußern.

a) geben gerade Erklärungen ab, dabei schlagend mit der Faust auf den Tisch.

b) geben gründlich überlegte Erklärungen mit ruhiger, gut kontrollierter Stimme ab.

c) sind manchmal draufgängerisch und starrköpfig.

5. Sie..., wenn die andere Seite stimmt Ihnen nicht zu.

a) bemühen sich mit aller Kraft einen annehmbaren Ausweg zu finden, dabei wird auch Ihr Standpunkt entwickelt.

b) wiederholen Ihre Anforderungen und treten nicht ab – Ihr Ziel ist es eine andere Seite niederzudrücken.

c) gestalten Ihre Vorschläge ohne Fundamentaländerungen um.

6. Sie..., wenn die andere Seite ihre Meinung äußert, mit der Sie nicht einverstanden sind.

- a) bemühen sich eine Alternative vorzuschlagen.
- b) bitten Einzelteile genauer zu formulieren und zu erklären.
- c) lachen diese Meinung mit Sarkasmus aus.

Um zu bestimmen, was für einen Negoziantentyp Sie sind, berechnen Sie Ihre Punktzahl:

1. a)3 b)2 c)2; 2. a) 1 b)2 c)3; 3. a)3 b)2 c)1; 4. a)1 b)3 c)2; 5. a)3 b)1 c)2; 6. a)3 b)2 c)1.

Wenn Sie 15 oder mehr Punkte geholt haben, sind Sie ein kreativeiver Negoziant; 11 – 14 Punkte – Sie sind der Negoziant, der eine unabhängige Priorität sucht; 7-10 Punkte – Sie sind Kämpfer! Weniger als 7 Punkte – Sie sind, leider ein unausgeglichener Mensch.

Вправа 3.

Мета: навчити студентів висловлювати особисте ставлення до проблеми, що обговорюється, коректно запросити інформацію чи інформувати когось про щось з використанням вербальних опор.

Завдання:

a) Lesen Sie folgende Muster:

Die Information anfragen und das Interesse zeigen

Allgemeine Information:

Ich möchte mehr über... erfahren.

Könnten Sie uns mehr über... mitteilen?

Genauer formulierte Information:

Was meinen Sie genauer; wenn Sie behaupten, dass...?

Könnten Sie etwas genauer sein?

Kontrollantwort:

Wir hoffen, dass wir Ihre Frage erschöpfend beantwortet haben.

Ist alles klar?

Stimulierung/Zeugnis des Engagements:

Setzen Sie fort. Weiter.

Es ist interessant.

Natürlich. Bitte, fahren Sie fort.

Leitende Frage:

Könnten wir das etwas später besprechen?

Ich komme gleich dazu.

b) Lesen Sie folgende Erklärungen. Für jede Erklärung fragen Sie über allgemeine Information, um Ihr Interesse zu zeigen.

Muster:

Erklärung: Der Hauptgegenstand des Vertrags ist der

Lieferungstermin.

Anfrage über allgemeine Information: Ich möchte mehr über Lieferungstermine erfahren.

a) Ich glaube, dass eine der wichtigsten Fragen das Geschäftspersonal ist.

b) Es gibt zwei Fragen zur Besprechung, u.z. die Lagerung der Waren einerseits, und die Sicherheit andererseits.

c) Sie wissen, wir haben grosse Erfahrungen auf diesem Gebiet von Business.

Вправа 4.

Мета: ознайомити студентів з мовою продавця і покупця, основними функціями та мовним забезпеченням у веденні ділових переговорів.

Завдання: Wir brauchen für die Verhandlungen den notwendigen Wortschatz zum Thema „Der Kauf/Der Verkauf“. Dafür sollen wir auch Funktionen sowie nötige sprachliche Mittel der Verhandlungen beachten.

a) Lesen und analysieren Sie Phrasen, die in der Situation etwas kaufen/etwas verkaufen ausgenutzt werden können.

Funktionen	sprachliche Mittel
1. Überzeugung	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Sind Sie nicht einverstanden, dass... ✓ Sie sollen akzeptieren, dass... ✓ Vergessen Sie, bitte nicht, dass...
2. j-n versichern	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Es gibt keine Gründe für die Aufregung. ✓ Erlauben Sie Sie zu überzeugen, dass.. ✓ Sie brauchen nicht um etwas besorgt zu sein.
3. Zweifel	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Ich habe Zweifel daran, dass ... ✓ Ich bin beunruhigt, dass... ✓ Ich fürchte, dass...
4. Uneinigkeit	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Immerhin/Dessen ungeachtet... ✓ In jedem Fall... ✓ Also, das Problem besteht darin, dass...
5. Akzeptation	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Ich verstehe, worum es sich handelt... ✓ (Na gut) Ich könnte das akzeptieren. ✓ Ich kaufe das.
6. Unterschätzung	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Wir brauchen das nicht zu besprechen. ✓ Es ist nicht so wichtig. ✓ Nur/Erst...
7. Ermittlung anderer Möglichkeiten	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Was könnte geschehen, wenn...? ✓ Ist es möglich, dass...? ' ✓ Haben Sie andere Ideen/Vorschläge? ✓ Wahrscheinlich, dass...

b) Setzen Sie passende Ausdrücke in die vorgeschlagenen Sätze ein. Verbinden Sie diese Sätze mit entsprechenden Funktionen.

1. ..., dass der Preis entsprechend ist? (es ist fakultativ)?

2. Was die weitere Servicebedienung betrifft, gibt es keine...? Wir gewährleisten das.

3. Ich habe über seine praktische Anwendung...

4. Ich bin..., dass es für uns zu teuer ist, diese Ware so lange zu lagern.

5...., wir sind damit sehr beunruhigt.

Вправа 5.

Мета: навчити студентів відходити від прийняття рішень у необхідний для процесу переговорів момент.

Завдання: Sie können anders auf die Meinungen anderer Menschen reagieren. Das hängt davon ab, ob Sie gut genug diese Person kennen und ob Sie einverstanden/nicht einverstanden mit ihr sind.

Wenn Sie mit j-m einverstanden sind, so könnten Sie sagen:

Das ist eben das, woran ich gedacht habe.

Daran habe ich gleich gedacht.

Das ist eine sehr gute Idee. Ich habe dafür Verständnis.

Meiner Meinung nach, befindet sich unser Büro so weit vom Zentrum der Stadt.

Wenn Sie mit j-m nicht einverstanden sind, so könnten Sie sagen:

Ganz richtig. Ich verstehe und schätze Ihre Meinung hoch, aber...

Ich bin anderer Meinung, weil...

Meiner Meinung nach, das ist keine gute Idee.

Vielleicht, glauben Sie, dass...

Es stimmt, aber andererseits...

Sie haben Recht, aber...

Verbinden Sie folgende Aussagen mit den entsprechenden Sätzen unten.

1. Ich glaube, das ist ein sehr guter Vorschlag.

2. Was wir zu tun brauchen – den Binnenmarkt zu investieren.

3. Wir brauchen mindestens 10 Mio. Euro zu borgen.

4. Diese neue Modelle ist ein echter Erfolg.

5. Die Strategie des Marketings wird, leider, nicht völlig entwickelt.

6. Ich glaube, wir sollen unser Chefbüro in Berlin verkaufen. Die Miete ist zu hoch.

7. Es wäre viel besser, ein Büro im Vorort von Berlin zu mieten.

8. Wir sollen das Geld in unsere jetzige Produktion anlegen.
 9. Wir könnten über Takeover anderer Firma verhandeln.
 10. Der beste Ausgang aus dieser Situation wäre die Gründung des Gemeinschaftsunternehmens.
 - a. Ich bin mit Ihnen einerseits einverstanden, aber es lautet nicht konkret und unklar.
 - b. Entschuldigung, aber wir brauchen ein Büro genau in Berlin.
 - c. Nein, es tut mir leid, aber ich kann Ihnen nicht zustimmen. Ich glaube, lassen wir alles, wie es ist!
 - d. Die Geldanleihe ist wirklich der beste Ausgang, Sie haben Recht.
 - e. Ausgezeichnet, das ist unser beste Vertrag mit dem Opel-Konzern.
 - f. Ich bin der Meinung, dass der Exportausbau viel besser in dieser Situation wäre.
 - g. Ich bin völlig einverstanden. Wir sollen dafür noch ein geräumigeres Büro mieten.
 - h. Nein, auf keinem Fall. Der Preis von Aktien ist zu hoch.
 - i. Ihr Vorschlag ist klar und konkret. Ich bin völlig einverstanden.
 - j. Ja, Sie haben wirklich Recht. Das ist eine richtige Innovation.
- Lösung: 1j 2a 3d 4e 5c 6h 7b 8i 9f 10g

Вправа 6.

Мета: навчити студентів мирити ворогуючих партнерів, знаходити вихід із складних ситуацій у веденні ділових переговорів.

Завдання: Arbeiten Sie mit dem Partner, dabei benutzen Sie vorgeschlagene Vorsagen. Es entsteht ein Konflikt zwischen der Abteilung für Produktionsplanung und der Verkaufsabteilung. Die Ursache dieses Konflikts besteht in dem Überschuss von kostspieligen Maschinenteilen im Lagerhaus. Benutzen Sie wie möglich mehr Vorlagen und bemühen Sie sich, diesen Konflikt zu erledigen.

Karte für den Studenten A

Sie sind für die Produktionsplanung verantwortlich. Sie vertehen nicht, warum Ihre Abteilung die Lagerung von Maschinenteilen bezahlt, die Ihre Firma zur Zeit nicht braucht. Da der Auftrag vom dem Kunden abberufen worden war, sollten Sie in der letzten Zeit die Produktion beschränken. Deshalb benutzten Sie minder Maschinenteile als früher vorhergesehen war.

Karte für den Studenten B

Sie sind in der Verkaufsabteilung tätig. Sie sind für den Auftrag dieser Maschinenteile verantwortlich. Sie haben den Auftrag der Produktionsausbeute gemäß und laut dem von der Abteilung für die Produktionsplanung vorgeschlagenen Plan durchgerechnet. Sie bestellen immer etwas mehr Maschinenteile und fast immer im Voraus, weil es nicht leicht ist, diese Maschinenteile zu beschaffen. Außerdem nimmt es viel Zeit in Anspruch, den Auftrag zu bekommen.

Vorsagen für den Studenten A

1. Zu viele Maschinenteile. B hat zu viel bestellt. Die Verkaufsabteilung ist schlecht organisiert.

3. Wir verlieren viel Geld wegen der Lagerung.

- Es ist sehr teuer, weil diese Maschinenteile zerbrechlich sind. Sie sollen auch unter bestimmten Bedingungen gehalten werden. Das Lagerhaus ist überfüllt. Keinen Platz für andere Aufträge.

5. Die Verkaufsabteilung ist nicht genug informiert. Ein großer Auftrag wurde von dem Kunden abberufen. Die Produktion sollte in dieser Situation beschränkt werden.

7. Die Lieferung/Der Verkauf entspricht den Produktionsanforderungen nicht. Die Produktionsabteilung war nicht im Bilde, ob der Bescheid gekommen/nicht gekommen war.

Vorsagen für den Studenten B

2. Die Produktionsabteilung ist nicht genug informiert. Es wurden mehr Maschinenteile bestellt, weil es Probleme mit den Lieferungen entstanden. Die Kunden müssen auf Aufträge lange warten, deswegen verliert die Firma Ihr Geld.

4. Es entstand ein Überschuss, weil die Produktionsabteilung so viele Teile, wie viel bestellt worden waren, nicht ausgenutzt hat. Die Wirtschaftsprognosen von A sind für dieses Jahr ungenau.

6. Die Verkaufsabteilung hat diese Information zu spät bekommen. Die Produktionsabteilung gibt die Information immer sehr langsam.

8. Die Produktionsabteilung und der Verkaufabteilung sollen den Weg zur Verbesserung beim Geschäftskommunikation finden.

Вправа 7.

Мета: навчити студентів закінчувати ділові переговори.

Завдання: Arbeiten Sie mit dem Partner. Sie und Ihr Partner spielen entsprechend die Rollen des Käufers und des Verkäufers. Die

beiden, u.z. der Käufer und der Verkäufer nehmen an den Verhandlungen im Auftrag von ihren Firmen mit einer ausländischen Firma teil. Das Ziel der Verhandlungen ist es einen Vertrag abzuschließen. Ihre wichtigste Aufgabe ist es, folgende Fragen in Übereinstimmung zu bringen:

1. das Produkt
2. der Realpreis
3. die Qualitätsgarantie
4. die Auftragsgröße
5. der Lieferungstermin
6. die Gewährleistungsfrist
7. der Rabattsatz

Die VERKÄUFER schicken ein Produktmuster , eine Preisliste und andere Angaben an die KÄUFER. Die VERKÄUFER bearbeiten die vorgeschlagenen Produktangaben und treffen dabei eine Entscheidung als eine Mannschaft während der Vorbereitung zu den Verhandlungen. Sie treten als die ersten in den Verhandlungen auf.

Zur gleichen Zeit arbeiten die KÄUFER mit den Produktangaben, die sie bekommen haben. Dabei besprechen sie ihre Anforderungen über den Preis, die Auftragsgröße und die Lieferungstermine im Verhandlungenprozess. Sie beschließen auch, z.B. um welchen Rabatt sie bitten könnten. Wenn die Verhandlungen abgeschlossen sind, sollen sich die VERKÄUFER und die KÄUFER auf neutralem Boden treffen und einander über ihre Leistungen informieren. Wenn die Leistungen der Verhandlungen unbefriedigend sind, sollen die beiden Seiten besprechen, was weiter tun.

Отже, запропоновані вправи для формування навичок ведення ділових переговорів німецькою мовою розроблено нами відповідно до обраних функцій ділових переговорів та із врахуванням основних груп вмінь для їх реалізації. В процесі розробки таких вправ варто чітко дотримуватися послідовності етапів ведення переговорів (початок переговорів, обмін думками щодо предмету переговорів, аналіз пропозицій учасників переговорів та завершення переговорного процесу). Структура вправ відповідає принципу поступового ускладнення завдань з використанням лексико-граматичного матеріалу для відповідних етапів ділових переговорів. Ефективність розроблених вправ потребує експериментальної перевірки, проте ми вважаємо, що вони нададуть студентам економічних спеціальностей

МОЖЛИВІСТЬ ОВОЛОДІТИ ВМІННЯМИ, НЕОБХІДНИМИ ДЛЯ ВЕДЕННЯ ПЕРЕГОВОРІВ НІМЕЦЬКОЮ МОВОЮ.

Список використаних джерел:

1. Биконя О.П. Психолого-педагогічні передумови навчання ділових переговорів англійською мовою//Вісник КДЛУ Серія „Педагогіка та психологія“. – 2004.-Вип.7. – С.17-26.
2. Биконя О.П. Вправи для навчання майбутніх економістів ділових переговорів англійською мовою// Іноземні мови. – 2006. – №2. – С.32-38.
3. Крючков Г.В. Стратегія навчання іноземних мов в Україні// Іноземні мови в навчальних закладах. – К.: Педагогічна преса, 2002 – № 1-2. – 192 с.
4. Склярєнко Н.К. Сучасні вимоги до вправ для формування іншомовних мовленнєвих навичок і вмінь// Іноземні мови. – 1999. – №3. – С.3-7.
5. Anne Buscha, Gisela Linthout. Geschäftskommunikation. Ведение деловых переговоров.-К.: Методика, 2000.-160 с.

М.Г.Ступак,

Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ,
м. Чернівці

МЕТОДИ ПРОДУКТИВНОГО НАВЧАННЯ ІНОЗЕМНИХ МОВ У ВНЗ

У статті розглядається використання таких методів продуктивного навчання іноземних мов, як когнітивні, креативні й організаційні. Автор детально описує класифікацію кожного методу продуктивного навчання, аналізує їх основну спрямованість та зміст.

The article deals with such productive methods of foreign-language study as cognitive, creative and organizational methods. The author gives a detailed description of their classification, analyzes the subject-matter and major trends of each productive method of study.

Альтернатива використання традиційних або нетрадиційних методів навчання іноземних мов у ВНЗ є однією з найголовніших проблем методики викладання. Загальна функція обох методів полягає у стимулюванні та спонуканні студентів до навчання.

На жаль, сучасне викладання іноземних мов має здебільшого штучно-навчальний характер через відсутність у студентів «природної потреби» у спілкуванні іноземними мовами. Найважливішим фактором, що стимулює процес спілкування іноземними мовами, є майстерність викладача ефективно інтегрувати на заняттях традиційні та нетрадиційні методи навчання [6, с.23].

До традиційних методів навчання відносять інформаційні, інформаційно-ілюстративні та проблемні методи навчання. До нетрадиційних методів навчання варто віднести метод опорних сигналів, комунікативний, адаптивний, евристичний методи, а також методи продуктивного навчання (когнітивні, креативні й організаційні).