

9. Communicate Confidently. Be confident and use body language to support that confidence. Shake hands firmly, smile and make eye contact while communicating at live networking events.

10. Prepare an Elevator Speech. An elevator speech helps you make the most of a first impression, while making networking situations easier and more productive. Be prepared with your speech and ready to answer common questions about your business and what you do.

– Marketing Your Services

11. Be Responsive. A big part of marketing is being available to your target audience and following up when necessary.

12. Write Well. You can't successfully promote your business if your marketing copy is not clear, concise and action-provoking. If writing is not your forte, consider hiring someone to help you craft copy that attracts potential clients, generates interest in your services and motivates potential clients to action.

Effective communication enables senior managers to be more aware of the internal and external pressures on teams, and offers the opportunity for flexible and efficient management. Complex negotiating, conflict resolution arbitration and mediation are just some of the many potentially difficult situations, where the right word at the right time can truly 'save the day'. Strengthening your communication skills is worth the time and effort, and you may be surprised by how much you benefit from more polished and professional interaction.

СОВРЕМЕННЫЕ КОММУНИКАТИВНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ: КОММУНИКАТИВНОЕ ПРОСТРАНСТВО

Гвазава Пикрия Дидимовна, 1 курс

Научный руководитель: Дятко И.М., ст. преподаватель

УО «Белорусский государственный аграрный технический университет»

Феномен коммуникативного пространства является перспективным направлением коммуникационного менеджмента в целом.

При осмыслении понятия коммуникативного пространства (КП), важно учитывать: сферу общения; место, в котором происходит коммуникация; вид практической деятельности, частью которой является данная коммуникация; характеристику коммуникаторов и их взаимоотношений; хронологический период, к которому относится данная коммуникация; тип стратегической и практической цели каждого коммуникатора; тип стратегической коммуникативной цели каждого коммуникатора; предмет коммуникации, ее тему; характер передаваемой информации; ситуацию общения.

Можно выделить некоторые структурные элементы КП:

– обстоятельства коммуникативного акта (общий деятельностный контекст, включающий непосредственный акт совместной деятельности, и входящие, фоновые обстоятельства);

- субъекты коммуникации (адресат и адресант, между которыми в процессе коммуникации происходит обмен сообщениями; ими могут быть как отдельные индивиды, так и сложные социальные институты);
 - предмет коммуникации и отражающее его сообщение;
 - эффект коммуникации (выраженные в поведении, внутреннем состоянии или отношениях субъектов последствия коммуникативной деятельности);
 - коммуникативные действия (символически опосредованные действия, регулируемые нормами и направленными на достижение целей коммуникации);
 - коммуникативные интенции (субъективные мотивы, побуждающие индивида вступать в процесс коммуникации, и обусловленные интересом либо к партнёру по общению, либо к теме);
 - программа коммуникации (план последовательных операций, определяющий, какой информацией необходимо обмениваться для решения конкретной задачи);
 - коммуникативная ситуация (совокупность специфических условий и обстоятельств осуществления определённой коммуникации);
 - код (система условных знаков, символов, сокращённых обозначений и названий, применяемых для передачи, обработки, хранения различной информации);
 - коммуникативный шлюз – понятие теории информации, обозначающее специфическую информацию (отличную от сообщения), цель которой – акцентировать внимание адресата;
 - текст (единица сообщения, представляющая собой совокупность информационно насыщенных элементов, функционально объединённых содержательно-смысловую структуру на основе концепции или замыслов партнёров по общению);
 - барьеры коммуникации (препятствия, вызванные естественными, социальными, психологическими факторами, возникающими в процессе коммуникации);
 - модель коммуникации – абстрактное, речевое или графическое изображение процессов коммуникации, выражающих взаимосвязь между адресантом (коммуникатором), сообщением, каналами, средствами коммуникации и адресатом (коммуникантом);
 - коммуникационная сеть (сеть коммуникации) – система социальных или технических коммуникационных каналов (в виде цепи, звезды, круга и др.), построенная в соответствии с целями и условиями общения.
- Таким образом, сущность понятия «коммуникативное пространство» заключается в «протяженности» коммуникации, ее структурности, сосуществовании и взаимодействии ее элементов.