

## **ОБЩЕНИЕ КАК ЗАЛОГ ЭФФЕКТИВНОСТИ МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ**

После распада административно-командной системы одновременно с возрастанием роли маркетинга особый интерес вызывает изучение маркетинговых коммуникаций.

Маркетинговые коммуникации позволяют осуществить передачу сообщений потребителям с целью сделать продукты и услуги компаний привлекательными для целевой аудитории. Их составляющими являются: реклама, личная продажа, общественное мнение.

Коммуникации — это процесс, в результате которого должно достигаться однозначное восприятие коммуникационного сообщения субъектами, его посылающими и получающими. Чтобы добиться в этой области успеха, нужно хорошо знать процесс самого общения.

Общение включает в себя обмен информацией (коммуникативную сторону), взаимодействие общающихся (интерактивную сторону), восприятие общающимися друг друга (перцептивную сторону). Рассматриваемое в единстве этих трех сторон общение выступает как способ организации совместной деятельности и взаимоотношений, включенных в нее людей. Но особое внимание нужно уделить коммуникативной стороне, т.к. речь — один из важнейших факторов, по которым воспринимается и оценивается человек.

В коммуникативном процессе выделяют вербальную и невербальную коммуникацию.

Вербальная коммуникация — общение посредством речи. Культура устной речи заключается в сознательном отборе и использовании тех языковых средств, которые помогают общению. Подбирая слова для выражения своих мыслей, торговый агент или любой работник фирмы должен употреблять слова в соответствии с его лексическим значением; определить, уместно ли оно; использовать в речи простые предложения; употреблять разговорную лексику, междометья; заменять причастные обороты придаточными предложениями со словом «который»; использовать обращения, вводные слова; грамотно строить речь, избегать орфографических, орфоэпических, грамматических, синтаксических ошибок.

Хотя речь и является универсальным средством делового общения, она приобретает значение только при условии включения ее в систему деятельности. Но соблюдение вышеперечисленных норм — не достаточное условие хорошей речи. Ее секрет состоит в том, чтобы из всего многообразия слов выбрать самое точное, уместное и выразительное, а подбирая их необходимо все время иметь в виду основную цель своей речи: передать информацию аудитории или воздействовать на нее.

Речь обязательно дополняется неречевыми системами, т.е. невербальной коммуникацией. Она осуществляется визуальным общением (жесты, мимика, позы и т.д.); акустической системой (тембр голоса, тональность и т.д.); тактильной системой (прикосновения, пожатие руки, объятие, поцелуй, и т.д.); ольфакторной системой (естественный и искусственные запахи человека).

Система невербальной коммуникации играет большую роль в общении. Психологические исследования показали, что слова в общении занимают лишь 7%, 38% - это звуки и интонация, а 55% — невербальная коммуникация.

Особенностью невербального языка является то, что его проявление обусловлено импульсами нашего подсознания, и отсутствия возможности подделать эти импульсы позволяет нам доверять этому языку больше, чем обычному, вербальному каналу общения. Знание языка жестов и телодвижений позволяет не только лучше понимать собеседника, но и предвидеть, какое впечатление произвело на него услышанное еще до того, как он выскажется по данному вопросу.

Изучив каждую составляющую маркетинговых коммуникаций, приходим к выводу: что каждому служащему в отделе маркетинга необходимо искусство владения словом, так как они постоянно общаются с людьми, беседуют, проводят служебные совещания. Не случайно девизом маркетолога считается высказывание французского писателя Ж. Лабрюйера: «Красноречие — это дар, позволяющий нам овладеть умом и сердцем собеседника, способность толковать ему или внушить ему все, что нам угодно».

## СОДЕРЖАНИЕ

<i>Багнюк Э.С.</i> Будущее белорусской политики в области занятости (На примере Молодечненского региона).....	5
<i>Бурдыко Л.К.</i> К вопросу повышения эффективности заочного образования.....	6
<i>Валевич Р.П.</i> Особенности формирования и развития потребительского рынка в ходе рыночных преобразований национальной экономики.....	7
<i>Велентей И.В.</i> Платежный баланс Республики Беларусь как обобщающий показатель ее мирохозяйственных связей.....	10
<i>Вериго А.В.</i> Страхование как сфера бизнеса и его регулирование в Республике Беларусь.....	11
<i>Володько Л.П.</i> Компьютерные информационные технологии в маркетинге.....	15
<i>Волочко Н.К.</i> Управление финансовыми ресурсами предприятия.....	17
<i>Глазкова С.И.</i> Коммуникация, как основное содержание маркетинговой деятельности....	19
<i>Голенда Л.К., Дорошикова И.В., Олехнович А.Е.</i> Экономико-математические модели систем управления организационного типа и принципы их разработки.....	22
<i>Голенда Л.К., Кирилица В.П., Олехнович А.Е.</i> Модель расчета наращенной суммы платежей в условиях не полной определенности.....	25
<i>Грабар Р.Н.</i> Управление издержками предприятия с применением контроллинга.....	29
<i>Духанин В.Ю.</i> Организация проектного финансирования в коммерческом банке.....	30
<i>Ефремова Л.С.</i> Понятия сущности аудиторской деятельности.....	34
<i>Жук В.И.</i> Поведение потребителей и маркетинг.....	35
<i>Зарипова Л.Д., Шевченко О.В.</i> Маркетинговые исследования кадрового потенциала для сферы туризма в гродненском регионе.....	37
<i>Имамутдинов Ю.Г.</i> Экономическое развитие Республики Беларусь в контексте мировой финансовой индустрии.....	39
<i>Какора М.И.</i> Факторы активизации инвестиционных процессов в Республике Беларусь..	40
<i>Карачун О.Р.</i> Проблемы оценки устойчивости банковской системы.....	41
<i>Карпицкая М.Е.</i> Собственный капитал страховой организации и его роль в обеспечении финансовой устойчивости.....	43
<i>Катибникова С.И.</i> Характеристика инвестиционной ситуации в Республике Беларусь....	46
<i>Катибникова С.И.</i> Регулирование инвестиционной деятельности банков.....	48
<i>Колтина Л.Г.</i> Методологические аспекты управления оборотным капиталом.....	49
<i>Кондратьева Т.Н.</i> Налоговые методы управления инновационными процессами.....	52
<i>Кондратьева Т.Н., Камалов И.Ю.</i> Государственное регулирование кредитных операций коммерческих банков.....	54
<i>Кудренко Д.А.</i> Реклама: взгляд в историю.....	56

<i>Кушнер Н.П.</i> Интернет-банкинг как неотъемлемая часть дистанционного банковского обслуживания.....	57
<i>Литвинова Л.Н.</i> Необходимость налогового характера отношений юридических лиц с бюджетом в рыночной экономике и их экономическая эффективность.....	60
<i>Литвинова Л.Н.</i> Методологические основы организации учебного процесса и оценки качества труда профессорско-преподавательского состава во ВШУБ.....	62
<i>Мисюковец Л.П.</i> Общение как залог эффективности маркетинговых коммуникаций.....	64
<i>Орещенко Ю.Г.</i> Страхование как метод управления предпринимательскими рисками.....	65
<i>Павлов А.Д.</i> Разработка стратегий предприятия.....	68
<i>Праневич А.А.</i> Формирование экономической среды малого предпринимательства в условиях переходной экономики.....	73
<i>Рыкова Л.М.</i> Резервы роста эффективности банковского надзора в Республике Беларусь	75
<i>Рыкова Л.М.</i> Исторические предпосылки банковского надзора.....	76
<i>Селиванова Т.М.</i> Разделение проекта на фазы и работа по фазам.....	79
<i>Семенюк Ж.П.</i> Конкуренция — неотъемлемое свойство развитого рынка.....	80
<i>Семенова Н.В.</i> Страхование как один из методов управления финансовыми рисками.....	81
<i>Семиренко Е.П.</i> Лизинговые операции коммерческих банков.....	83
<i>Семиренко Е.П., Сотников А.Е.</i> Банковские пластиковые карточки и электронные деньги как инструменты вывоза валютных средств за границу.....	85
<i>Сергиенко Е.В.</i> Механизм выработки надежной стратегии деятельности предприятия.....	88
<i>Синкевич А.И.</i> Проблемы развития рынка банковских пластиковых карточек в республике .....	90
<i>Сплошнов С.В.</i> Терминологические аспекты в оценке банковской деятельности.....	91
<i>Сплошнов С.В.</i> Рейтинговая оценка эффективности деятельности банка.....	93
<i>Тарасевич В.Л.</i> О торгово-экономических отношениях Республики Беларусь со странами-кандидатами на вступление в европейский союз .....	95
<i>Тищенко И.И.</i> Рынок земли: его состояние и перспективы развития.....	100
<i>Хлебус А.Ф.</i> Банковские операции с драгоценными металлами.....	102
<i>Хлебус А.Ф.</i> Драгоценные металлы в золотовалютных резервах Республики Беларусь.....	105
<i>Чернорук С.В.</i> Инновация как инструмент предпринимательской деятельности.....	106