

۲۱۰۰۰۷۷

به نام خداوند بخشنده و مهربان

اصول و فنون مذاکره

(با نگرش کاربردی)

محمدرضا علیجانی گنجی

ابراهیم سمیع پور گیری

انتشارات فرانما

۱۳۹۸

سرشناسه: علیجانی گنجی، محمدرضا، ۱۳۴۹-

عنوان و نام پدیدآور: اصول و فنون مذاکره (با نگرش کاربردی) / محمدرضا علیجانی

گنجی، ابراهیم سمیع‌پور گیری؛ ویراستار علمی بهنام مرادی

مشخصات نشر: تهران، فرانما، ۱۳۹۸

مشخصات ظاهری: ۲۱۴ ص.

شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۶۷۲۴-۱۹-۷

وضعیت فهرست‌نویسی: فیپا

موضوع: مذاکره

شناسه افزوده: سمیع‌پور گیری، ابراهیم، ۱۳۶۲-

شناسه افزوده: مرادی، بهنام، ۱۳۵۲-

رده‌بندی کنگره: BF۶۳۷

رده‌بندی دیوید: ۱۵۸/۵

شماره کتبشناسی ملی: ۶۱۰۹۳۲۰

آدرس دفتر مرکزی و سردرس تهران: خیابان آزادی، تقاطع رودکی، کوچه رامسر، پلاک واحد ۳- تلفن ۶۶۵۷۴۶۹۳-۱۷۰، ۶۶۵۷۴۶۹۳

اصول و فنون مذاکره (با نگرش کاربردی)

تألیف: محمدرضا علیجانی گنجی، ابراهیم سمیع‌پور گیری

ویراستار علمی: بهنام مرادی

ناشر: فرانما

نوبت چاپ: اول- اسفند ۱۳۹۸

تیراژ: ۵۰۰ نسخه

چاپ و صحافی: فرانما

حروفچینی، صفحه‌آرایی و طرح جلد: فرانما

قیمت: ۳۵۰۰۰۰ ریال

وبسایت: www.faranama.net

حق چاپ و نشر برای ناشر محفوظ است و هرگونه نسخه‌برداری از آن پیگرد قانونی دارد.



انتشارات فرانما

انسان موجودی اجتماعی است و مذاکره رایج‌ترین طریق ایجاد ارتباط بین انسان‌هاست. سازمان‌ها هم سیستم‌های اجتماعی‌اند که از انسان‌ها تشکیل شده‌اند. هدف مذاکره توافق بر سر منافع مشروع است و این امر در سازمان‌ها هم مصداق دارد. وقتی ارتباطات متنوع و پیچیده می‌شود، مذاکره هم به تبع آن پیچیده و دشوار می‌شود. نیازمند تخصص است. در سازمان‌ها نیازمند آن هستیم که منافع خود را به نحو مشروع و رضایت‌بخش و منصفانه تأمین کنیم به خصوص وقتی به عنوان مدیریت، نماینده گروهی از انسان‌ها هستیم.

مذاکره یکی از نقش‌ها، بسیار مهمی است که مدیران بخش قابل ملاحظه‌ای از وقت خود را به آن اختصاص می‌دهند، اما معدودی از آنان هنر و دانش مذاکره را به درستی می‌دانند. از این رو بسیاری از مدیران حرفه‌ای نیازمند رویکرد بهینه در طرح‌ریزی و اجرای مذاکره هستند. به هر حال مذاکره حقیقت دنیای امروز است، که در آن ارتباط و منافع گاه متضاد است. اول را می‌زند پس باید به تخصص مجهز بود تا بتوان ارتباطی سازنده برای تأمین منافع مشروع بهینه شده دست یافت و سازمان را از آن بهره‌مند ساخت و این مهم در درجه اول وظیفه مدیران سازمان است که به آن اهتمام ورزند.

یکی از تعاریفی که در مورد انسان به کرات گفته می‌شود این است که انسان مخلوقی است، ناطق و اجتماعی. لازمه زندگی اجتماعی، برقراری و حفظ ارتباط با دیگران است. به همین دلیل مطلب این کتاب را به این موضوع اختصاص دادیم و به بررسی دلایل اهمیت مذاکره و فراگیری اصول آن برای سازمان‌ها و رفابت جهانی می‌پردازیم.

همان‌طور که می‌دانیم، دلیل علمی لزوم برقراری و حفظ ارتباط با دیگران این است، که تمام نیازهای انسان، اعم از مادی و معنوی، برای ادامه حیات و بقای نسل، امنیت، تأمین معاش، آسایش زندگی، رفاه اقتصادی، افزایش آگاهی، رفاه اجتماعی، بالا بردن سطح زندگی و برخورداری از دستاوردهای ناشی از کار، تخصص و پیشرفت‌های

علمی و تکنولوژیکی دیگران به وسیله اشخاص دیگر، اعم از اشخاص طبیعی و حقوقی تأمین و برطرف می‌شود.

از طرف دیگر در محیط کسب و کار مذاکره ماهیتی علمی پیدا می‌کند، به طوری که اکنون می‌توان اذعان کرد که بیشتر مدیران حرفه‌ای به اهمیت مذاکره در زندگی کاری و حرفه‌ای کاملاً واقفند، زیرا زمان قابل توجهی از زندگی حرفه‌ای خود را صرف مذاکره می‌کنند. به علاوه، زندگی شخصی‌شان هم با مذاکره همراه است. موفقیت و اثربخشی حرفه‌ای آنان به شدت متأثر از توانایی آنها در هنر و فن مذاکره است. این مهارت در مذاکره است که نظر مدیران، همکاران، زیردستان، مشتریان، رقبا و سایرین را درباره موفقیت کاری‌شان شکل می‌دهد. مدیران، زمان و کوشش بسیاری را صرف مذاکره می‌کنند، اما معدودی از آنان هنر و دانش مذاکره را به درستی می‌دانند. از این رو، بسیاری از مدیران حرفه‌ای نیازمند، رویکرد بهینه در طرح‌ریزی و اجرای مذاکره‌ها هستند.

فهرست مطالب

صفحه	عنوان
۱۳	فصل اول - اصول و فنون مذاکره
۱۳	مقدمه
۱۴	مذاکره و انواع آن
۱۴	تعریف مذاکره
۱۵	محیط‌های سازمانی نیازمند مذاکره
۱۵	اهداف و نتایج مذاکره
۱۶	شاخص‌های مذاکره اثربخش
۱۷	انواع اساسی مذاکره
۱۸	مذاکره اثربخش
۲۱	فصل دوم - مذاکره و راهکارهای مؤثر
۲۱	مقدمه
۲۲	اصول ارتباط و مذاکره
۲۷	وسایل ارتباط جمعی
۲۸	ارتباط چیست؟
۲۹	زمینه‌های ارتباط جمعی
۳۰	ویژگی‌های اساسی وسایل ارتباط جمعی
۳۰	معیارهای گزینش
۳۱	مدل‌های ارتباطی
۳۳	بخش‌های مختلف یک ارتباط

۳۴	وسائل ارتباط جمعی و سیاست حکومت‌ها
۳۵	وسائل ارتباط جمعی و آثار اجتماعی آن
۳۶	اندیشه‌های ارتباط اجتماعی
۳۹	نکات مهم در ارتباط مؤثر
۴۹	طبیعت مذاکره
۵۰	تفاوت مذاکره و پیشنهاد مناقصه
۵۴	راه‌های مذاکره
۵۷	طرح‌ریزی مذاکره
۶۰	تعریف اهداف مذاکره
۶۲	تاکتیک‌های مذاکره
۶۵	روش‌های مذاکره
۶۶	دوره‌های مذاکره
۶۷	انواع نتایج مذاکرات
۶۸	فرآیند مذاکره
۷۳	ارکان مذاکره
۷۳	موانع مذاکره
۷۴	نکات مهم در مدیریت مذاکره
۷۵	مسائل مذاکره ناشی از تفاوت‌های فرهنگی
۷۶	خصوصیات مذاکره‌کننده
۷۷	نکات مهم مذاکره

۷۷	موانع مذاکره
۷۹	تاکتیک‌های مذاکره
۷۹	انواع تاکتیک‌ها
۸۳	انواع شیوه‌های مذاکره
۸۴	ابزارهای مذاکره
۸۴	برخی از اصول مذاکره
۸۶	مراحل طراحی یک مذاکره
۸۷	شرط دستیابی به وضعیت برد-برد برای دو طرف مذاکره
۸۷	بایدها و نبایدها در آمادگی برای مذاکره
۸۸	برخی خطاهای رایج در مرحله پیش از مذاکره
۸۹	چک لیست پیش از مذاکره
۸۹	عوامل مؤثر در انجام یک مذاکره اثربخش
۹۰	مراحل پیشنهادی برای انجام یک مذاکره اثربخش
۹۵	بایدها و نبایدها در جمع‌بندی و انتهای جلسه مذاکره
۹۶	بایدها و نبایدها در پیگیری مذاکره
۹۶	خطاهای رایج در مرحله انجام مذاکره
۹۷	چک لیست بررسی روند مذاکره
۹۸	چانه‌زنی
۹۹	دلایل انجام جلب حمایت از طریق چانه‌زنی
۱۰۲	ویژگی‌های یک چانه‌زنی اثربخش
۱۰۳	چگونگی برقراری ارتباط برای چانه‌زنی

۱۰۳	شیوه‌های مختلف انجام چانه‌زنی
۱۰۳	دستورالعمل‌هایی برای چانه‌زنی اثربخش
۱۰۵	فصل سوم - مهارت اجتماعی
۱۰۵	مفهوم مهارت اجتماعی
۱۰۷	مهارت‌های تقویت
۱۰۸	ارتباط میان فردی
۱۰۸	مدل مهارتی ارتباط میان فردی
۱۰۹	ویژگی‌های مشخصه موثر در ارتباطات میان فردی
۱۱۰	مفهوم طرح‌واره و کاربرد و انواع آن
۱۱۱	ویژگی‌های مهم وضعیت اجتماعی
۱۱۲	فرآیندهای میانجی
۱۱۳	ارتباط کلامی
۱۱۴	ارتباط غیرکلامی
۱۱۴	فواید رفتارهای غیرکلامی
۱۱۸	پاداش و تقویت
۱۱۹	پرسش
۱۱۹	کارکردهای پرسش
۱۲۰	انواع پرسش‌ها
۱۲۰	الف) پرسش‌های یادآور / پردازشی
۱۲۰	ب) پرسش‌های باز / بسته