

## Лекція 3.

Тема 3. Міжнародні комерційні контракти англійською мовою

Тема 4. Професійне спілкування в усній формі

### План

1. Поради у розробці та узгодженні міжнародного контракту.
2. Правила ІНКОТЕРМС 2020.
3. Як підготуватися до бізнес-зустрічі.
4. Особливості інтерв'ю з роботодавцем.
5. Проведення відео-конференцій

1. Поради у розробці та узгодженні міжнародного контракту

*Top ten tips in drafting and negotiating an international contract*  
by *Kenneth A. Adams and René Mario Scherr*

**Avoiding retaliation claims.** Contracts for international transactions contain a mix of the familiar and the exotic. Familiar, in that deals resemble each other the world over, and so does the language used to express them. Exotic, in that differences in legal and business environments can require different approaches, or at least make them advisable. If you ignore the familiar, you end up reinventing the wheel. If you ignore the exotic, you might be in for unpleasant surprises.

Here are some suggestions for navigating international transactions.

1. The language of the contract. English is the lingua franca of international business, so it's commonplace for parties from different countries to enter into contracts in English, even if neither party is from an English-speaking country. And international companies generally find it simpler to have all their contracts be in English instead of a mix of languages. But if a contract party and its lawyers aren't used to working in English, the benefit of prevailing on them to accept English-language contracts might be more than offset by problems after signing caused by their not understanding what they had agreed to. For example, Chinese courts have been willing to hold that a given contract not in Chinese is void because the Chinese party simply didn't understand it. If using just English raises concerns, have the parties waive the right to claim the contract is invalid because it's in English, or enter into dual-language contracts, with English as the governing language, or do both. But bear in mind the cost and delay involved in translating lengthy contracts into another language, as well as the possibility that disgruntled parties might mine translations for flaws that could be used to challenge the interpretation of key provisions or the validity of the contract.

2. Clear contract prose. Use clear language in your contracts. Any given Englishlanguage business contract will likely be riddled with the deficient usages that characterize traditional contract language – flagrant archaisms, redundancy, botched use of verbs, and so on. Many lawyers in the U.S. and England are wedded to traditional drafting, and some drafters in other jurisdictions seem to relish the most archaic and florid elements of traditional language. But readers and, most importantly,

courts in other countries might respond with some combination of bewilderment and hostility.

3. Common law versus civil law. In the civil-law tradition, contracts are shorter than their common-law counterparts and attempt to address fewer contingencies. That's presumably because civil-law codes address issues that in common-law systems are routinely covered in contracts. The notion that there's a greater risk of litigation in common-law countries might also have something to do with it. But regardless of tradition, Anglo-American law firms have brought their style of practice, including Anglo-American-style transaction documentation, to civil-law countries. As a result, the distinction between the two types of contracts has blurred. In fact, promiscuous copy-and-pasting results in concepts appropriate only under common law – for example, the requirement that a contract be supported by «consideration» – finding their way into civil-law contracts.

4. Jurisdictional issues. When a company does business in an overseas jurisdiction, it's routine for the parties to negotiate whether the law and courts of one or the other party govern any dispute. Depending on what's at stake, they might opt for a compromise – for example, making English law the governing law, or providing for arbitration in Switzerland. It's a good idea to discuss with clients beforehand any fallback positions to adopt if their preferred governing law or jurisdiction isn't accepted. Parties from the Americas should be relatively amenable to having New York law govern. European, Middle Eastern, or African parties might be fine with English law. Singapore and perhaps Australian law and arbitration should be acceptable to Asian parties.

5. Terms of art. A term of art such as warranty might mean one thing under U.S. law and something different under, say, Czech law. The governing law would presumably determine which meaning applies, but it would be understandable if nevertheless some confusion resulted. For purposes of an English-language contract governed by the law of a jurisdiction where the courts use a language other than English, it might be prudent to state any critical terms of art in that other language, and in parentheses, directly after the English version, although too much of this can clog up a contract. A more comprehensive fix would be to replace terms of art with something simpler. For example, instead of having a party hypothecate a security interest, have it simply grant that security interest. Particularly problematic are terms of art used in provisions that seek to limit liability. The term of art consequential damages is widely misunderstood by American and English lawyers; adding to the mix notions of what that term might mean in other jurisdictions would likely increase the confusion. You might want to consider simpler alternatives, for example an absolute cap on damages.

6. Personnel. Be attuned to distinctions in legal personnel in overseas jurisdictions. For example, in Japan, both *bengoshi* (Japan-qualified lawyers) and Japanese nationals with overseas qualifications work with English-language contracts. Don't be surprised if a member of one group in a given jurisdiction has views regarding the strengths and weaknesses of the different groups. And in some countries and companies, contract managers might exert as much influence as the lawyers.

7. In negotiations, expect the unexpected. In international transactions, you might find yourself negotiating issues that you hadn't expected to encounter. For example, the other side might insist that "force majeure" be grounds for nonpayment of existing debts, or that liability for breaches of confidentiality be capped. It might be that the person on the other side isn't familiar with how such deal points are usually handled. That's not necessarily to their discredit – how "boilerplate" issues are handled in domestic U.S. transactions can be more a matter of habit than logic.

8. Negotiation logistics. Even in domestic transactions, the back-and-forth between the parties can be a source of frustration. That can be aggravated when you add an international component. For example, erratic use of Microsoft Word's "track changes" feature can make a draft misleading, in that changes aren't marked or it's not clear who made changes. If a counterparty in an overseas jurisdiction isn't used to technology for showing changes, discuss with them beforehand the procedures to follow when exchanging drafts – the simpler the better. If the parties are in different time zones, you might gain credit – credit that you could call on at some other point in the transaction – by agreeing to schedule a call at a time that is during regular working hours for the other party but less convenient for you. (Mind you, nothing is gained by your being half-asleep during that call!) Also, if you agree to fly from the U.S. to Lahore for a key face-to-face meeting, that might help negotiations go more smoothly and earn you a measure of goodwill. Remember also that in some cultures, it's expected that meetings begin with a prolonged exchange of pleasantries.

9. Contract-signing formalities. In some jurisdictions, for a contract to be valid, the parties have to go through formalities that might seem almost ritualistic to those familiar with the relatively informal U.S. way of doing things. For example, each party might prove that whoever is signing is authorized. And be prepared for only original signatures to be accepted, or for signatories to wield corporate seals. Some of these formalities might seem quaint, but they might equally be appropriate in the context of legal systems that offer limited protection against fraud.

Using local counsel. Generally, it's essential to engage local counsel if you want to avoid tripping over local rules. But be clear with them about their role. In some countries, local counsel might be so concerned about exceeding their brief that they fail to think creatively. Or out of respect for your role as managing attorney, they might analyze a situation from both sides without actually recommending what they would do if they were in your client's position. And if you have in mind engaging in no-holds-barred negotiations, remember that after your deal is done, your local counsel and the people on the other side of the deal will have to continue to live together in that particular pond. A theme that runs through these points is, be alert! Don't assume that a transaction will proceed in the same manner as it would in your home jurisdiction. Instead, assume that it won't, unless you confirm otherwise.

## 2. Правила ІНКОТЕРМС 2020

### ТЕРМІНИ ІНКОТЕРМС-2020 І НЮАНСИ ЇХ ЗАСТОСУВАННЯ

№ з/п	Назва та суть торговельного терміна	Зона відповідальності продавця	Зона відповідальності покупця
1	2	3	4
<b>Категорія E (товар надано продавцем на власному складі)</b>			
1	<p><b>EXW (Ex Works) – франко-завод&lt;...&gt;</b> (назва місця). Поставка відбулася в момент, коли продавець передав товар покупцеві на площі підприємства-продавця або в іншому зазначеному місці (наприклад, на складі). Перехід ризиків – з моменту поставки. Розподіл затрат – у місці поставки. Вид транспорту – будь-який</p>	<p>Контроль безпеки; перевірка якості, кількості, ваги, розміру; пакування, маркування товару; навантаження товару на транспортний засіб (далі – ТЗ) у місці поставки, якщо це окремо прописано в договорі купівлі-продажу. Продавець зобов'язаний повідомити покупця про поставку та подати документи: комерційний інвойс для оплати, накладну</p>	<p>Виконання митних формальностей (ліцензії, митні платежі) під час експорту, імпорту, транзиту; доставка товару</p>
<p><b>Особливості застосування:</b> покупець може зіткнутися із труднощами під час виконання своїх експортних формальностей, оскільки він не зареєстрований на митній території країни експорту. Термін більше підходить для внутрішньої торгівлі</p>			
<b>Категорія F (продавець зобов'язаний передати товар зазначеному покупцем перевізникові)</b>			
2	<p><b>FCA (Free Carrier) – франко-перевізник&lt;...&gt;</b> (назва місця). Термін передбачає два можливі місця відвантаження продавцем товару:</p>	<p>Контроль безпеки; перевірка якості, кількості, ваги, розміру; пакування, маркування товару; виконання експортних митних формальностей; навантаження товару на ТЗ, якщо</p>	<p>Навантаження товару на ТЗ, якщо відвантаження здійснюється не в приміщенні продавця; виконання транзитних та імпортних митних формальностей; доставка товару</p>

№ з/п	Назва та суть торговельного терміна	Зона відповідальності продавця	Зона відповідальності покупця
	<p>– місце, що належить продавцеві (наприклад, його склад, фабрика, магазин);</p> <p>– зазначене в договорі місце, яке не належить продавцеві (наприклад, морський порт, термінал).</p> <p>Уважається, що відвантаження виконано після навантаження товару на ТЗ перевізника, оплачене продавцем. При цьому вивантаження товару із ТЗ не є обов'язком продавця.</p> <p>Поставка відбулася в момент, коли продавець у встановленому місці передав товар, що пройшов митне очищення для експорту, зазначеному покупцем перевізникові або іншій особі.</p> <p>Перехід ризиків – з моменту поставки.</p> <p>Розподіл затрат – у місці поставки.</p> <p>Вид транспорту – будь-який</p>	<p>відвантаження здійснюється в приміщенні продавця; доставка товару до місця поставки (наприклад, морському перевізникові, зазначеному покупцем).</p> <p>Продавець зобов'язаний повідомити покупця про доставку та підтвердити передання товару перевізникові</p>	
	<p><b>Особливості застосування:</b> у контракті слід максимально точно вказати пункт у місці поставки, оскільки саме в цьому пункті ризики ушкодження або втрати товару переходять до покупця</p>		
3	<p><b>FAS (Free Alongside Ship) – франко уздовж борту судна&lt;...&gt;</b> (назва порту відвантаження).</p> <p>Поставка відбулася в момент, коли товар розміщений уздовж борту судна на</p>	<p>Контроль безпеки; перевірка якості, кількості, ваги, розміру; пакування, маркування товару; отримання ліцензії, дозволу; виконання експортних митних формальностей,</p>	<p>Навантаження товару на судно в порту відвантаження; виконання транзитних та імпорتنих митних формальностей; доставка товару з порту відвантаження; виконання</p>

№ з/п	Назва та суть торговельного терміна	Зона відповідальності продавця	Зона відповідальності покупця
	<p>причалі, на баржі в зазначеному порту відвантаження.  Перехід ризиків – з моменту поставки.  Розподіл затрат – у місці поставки (коли товар знаходиться уздовж борту судна).  Вид транспорту – тільки морський або внутрішній водний транспорт</p>	<p>якщо інше не встановлено договором; доставка товару в порт відвантаження.  Продавець зобов'язаний повідомити покупця про доставку товару та підтвердити передання товару перевізникові</p>	<p>експортних митних формальностей, якщо це окремо передбачено в договорі купівлі-продажу (доповненні до нього)</p>
	<p><b>Особливості застосування:</b> у контракті слід максимально точно вказати пункт завантаження в порту відвантаження товару, оскільки до цього пункту всі ризики та затрати несе продавець, а після поставки в цей пункт – покупець</p>		
4	<p><b>FOB (Free On Board) – франко-борт</b> &lt;...&gt; (назва порту відвантаження).  Поставка відбулася в момент, коли товар потрапив на борт судна в названому порту відвантаження.  Перехід ризиків – з моменту поставки (на борту судна).  Розподіл затрат – у місці поставки (на борту судна).  Вид транспорту – тільки морський або внутрішній водний транспорт</p>	<p>Контроль безпеки; перевірка якості, кількості, ваги, розміру; пакування, маркування товару; отримання ліцензії, дозволу; виконання експортних митних формальностей; навантаження та доставка товару в порт відвантаження й навантаження товару на судно в порту відвантаження.  Продавець зобов'язаний надати покупцеві доказ поставки – відповідний транспортний документ</p>	<p>Доставка товару з порту відвантаження; виконання транзитних та імпорتنих митних формальностей</p>
	<p><b>Особливості застосування:</b> цей термін недоцільно використовувати, якщо товар передається перевізникові до того моменту, як він потрапить на борт судна (наприклад, товар знаходиться в контейнерах, які зазвичай поставляються на термінал). У таких випадках застосовується термін FCA</p>		

№ з/п	Назва та суть торговельного терміна	Зона відповідальності продавця	Зона відповідальності покупця
<b>Категорія С (продавець зобов'язаний укласти договір перевезення, але не приймає на себе ризик втрати або ушкодження товару або додаткові затрати внаслідок подій, що відбулися після відвантаження та відправлення)</b>			
5	<p><b>CFR (Cost and Freight) – вартість і фрахт&lt;...&gt;</b> (назва порту призначення). Поставка відбулася в момент, коли товар потрапив на борт судна в порту відвантаження. Продавець оплачує перевезення товару (фрахт) до названого порту призначення. Перехід ризиків – з моменту, коли товар знаходиться на борту судна в порту відвантаження. Розподіл затрат – у місці призначення. Вид транспорту – тільки морський або внутрішній водний транспорт</p>	<p>Контроль безпеки; перевірка якості, кількості, ваги, розміру; пакування, маркування товару; отримання ліцензії, дозволу; виконання експортних митних формальностей; доставка до названого порту призначення; вивантаження товару в порту призначення; транзитне перевезення через треті країни, якщо за договором перевезення витрати на такі перевезення оплачує продавець. Продавець зобов'язаний подати покупцеві транспортний документ до погодженого порту призначення</p>	<p>Виконання транзитних митних формальностей, якщо за договором перевезення ці витрати не оплачує продавець; виконання імпорتنих митних формальностей; доставка з порту призначення</p>
<p><b>Особливості застосування:</b> у контракті треба точно вказати пункт у погодженому сторонами порту призначення, оскільки до цього пункту витрати оплачує продавець. Цей термін недоцільно використовувати, якщо товар передається перевізникові до того моменту, як він потрапить на борт судна (наприклад, товар знаходиться в контейнерах, які зазвичай поставляються на термінал). У таких випадках застосовується термін СІР</p>			
6	<p><b>CIF (Cost, Insurance and Freight) – вартість, страхування та фрахт &lt;...&gt;</b> (назва порту призначення).</p>	<p>Контроль безпеки; перевірка якості, кількості, ваги, розміру; пакування, маркування товару; отримання ліцензії, дозволу; виконання</p>	<p>Вивантаження товару в порту призначення; виконання транзитних митних формальностей, якщо за договором перевезення ці</p>

№ з/п	Назва та суть торговельного терміна	Зона відповідальності продавця	Зона відповідальності покупця
	<p>Поставка відбулася в момент, коли товар потрапив на борт судна в порту відвантаження.</p> <p>Продавець зобов'язаний оплатити доставку (фрахт) у порт призначення та застрахувати товар на користь покупця від ризиків втрати й ушкодження товару під час перевезення. Потрібно тільки мінімальне покриття ризиків покупця, якщо інше не передбачено договором.</p> <p>Перехід ризиків – із моменту, коли товар уже знаходиться на борту судна в порту відвантаження.</p> <p>Розподіл затрат – у місці призначення.</p> <p>Вид транспорту – тільки морський або внутрішній водний транспорт</p>	<p>експортних митних формальностей; доставка до названого порту призначення; страхування ризиків на користь покупця під час перевезення; вивантаження товару в порту призначення; виконання транзитних митних формальностей, якщо за договором перевезення ці витрати оплачує продавець.</p> <p>Продавець зобов'язаний подати покупцеві страховий поліс або інше підтвердження страхового покриття (сторони можуть узгодити в контракті більш високі рівні покриття)</p>	<p>витрати не оплачує продавець; виконання імпорتنих митних формальностей; доставка з порту призначення</p>
	<p><b>Особливості застосування:</b> у контракті треба точно вказати пункт у погодженому сторонами порту призначення, оскільки до цього пункту витрати оплачує продавець. Цей термін недоцільно використовувати, якщо товар передається перевізникові до того моменту, як він потрапить на борт судна (наприклад, товар знаходиться в контейнерах, які зазвичай поставляються на термінал). У таких випадках застосовується термін СРТ. Покупець повинен розуміти, що продавець гарантує тільки мінімальне страхове покриття й може вимагати, щоб у контракті було встановлене додаткове страхове покриття</p>		
7	<p><b>СРТ (Carriage Paid To) – фрахт/перевезення оплачено до &lt;...&gt;</b> (назва місця призначення).</p> <p>Поставка відбулася в момент, коли продавець доставив товар названому</p>	<p>Контроль безпеки; перевірка якості, кількості, ваги, розміру; пакування, маркування товару; виконання експортних митних формальностей; доставка товару до узгодженого</p>	<p>Вивантаження товару в порту призначення; виконання транзитних митних формальностей, якщо за договором перевезення ці витрати не оплачує продавець;</p>



№ з/п	Назва та суть торговельного терміна	Зона відповідальності продавця	Зона відповідальності покупця
	<p>перевізникові або іншій особі в узгодженому сторонами місці. Продавець оплачує перевезення товару до названого пункту призначення. Продавець зобов'язаний повідомити покупця про час доставки товару в узгоджене місце. Перехід ризиків – із моменту передання товару перевізникові. Розподіл затрат – у місці призначення. Вид транспорту – будь-який</p>	<p>пункту в місці призначення; вивантаження товару в місці призначення; виконання транзитних митних формальностей, якщо за договором перевезення ці витрати оплачує продавець. Доказом виконання продавцем своїх обов'язків із поставки товару є відповідний транспортний документ</p>	<p>виконання імпорتنих митних формальностей; доставка з пункту призначення</p>
	<p><b>Особливості застосування:</b> у контракті слід максимально точно вказати місце поставки, у якому ризик переходить до покупця, і місце призначення, до якого продавець зобов'язаний оплатити доставку. Цей термін доцільно використовувати, якщо товар доставляється від продавця до покупця кількома видами транспорту (наприклад, спочатку залізницею, а далі – морем)</p>		
8	<p><b>CIP (Carriage and Insurance Paid to) – фрахт/перевезення та страхування оплачені до &lt;...&gt;</b> (назва місця призначення). Поставка відбулася в момент, коли продавець доставив товар названому перевізникові або іншій особі. Продавець зобов'язаний оплатити доставку до названого пункту призначення та застрахувати товар від усіх ризиків із максимальним страховим покриттям і страховою сумою не менше</p>	<p>Контроль безпеки; перевірка якості, кількості, ваги, розміру; пакування, маркування товару; виконання експортних митних формальностей; доставка товару до узгодженого пункту в місці призначення; страхування ризиків під час перевезення на користь покупця; вивантаження товару в місці призначення; виконання транзитних митних формальностей, якщо за</p>	<p>Вивантаження товару в місці призначення; виконання транзитних митних формальностей, якщо за договором перевезення ці витрати не оплачує продавець; виконання імпорتنих митних формальностей; доставка з місця поставки до місця призначення</p>

№ з/п	Назва та суть торговельного терміна	Зона відповідальності продавця	Зона відповідальності покупця
	<p>110 % вартості товару. Водночас сторони, якщо побажають, можуть погодитися в контракті на більш низький рівень страхового покриття.  Перехід ризиків – у момент передання першому перевізникові.  Розподіл затрат – у місці призначення.  Вид транспорту – будь-який</p>	<p>договором перевезення ці витрати оплачує продавець.  Продавець зобов'язаний надати покупцеві страховий поліс або інше підтвердження страхового покриття</p>	
<p><b>Особливості застосування:</b> цей термін зручно застосовувати, якщо для доставки товару використовується більше одного виду транспорту. Якщо сторони хочуть, щоб ризики переходили до покупця не на першому, а на наступному етапі перевезення, тоді це треба прямо вказати в контракті</p>			
<p><b>Категорія D (продавець повинен нести всі витрати й ризики, необхідні для доставки товару до пункту призначення)</b></p>			
9	<p><b>DAP (Delivered at Place) – поставка в пункті &lt;...&gt;</b> (назва пункту).  Поставка відбулася в момент, коли товар наданий у розпорядження покупця на ТЗ, який прибув і готовий до розвантаження в узгодженому місці призначення.  Перехід ризиків – у пункті призначення, за винятком ризиків, пов'язаних із невиконанням покупцем митних формальностей під час імпорту.  Розподіл затрат – у пункті призначення.  Вид транспорту – будь-який</p>	<p>Контроль безпеки; перевірка якості, кількості, ваги, розміру; пакування, маркування товару; виконання експортних митних формальностей; доставка товару до узгодженого пункту призначення; виконання транзитних митних формальностей; вивантаження товару в місці призначення, якщо за договором перевезення витрати на розвантаження оплачує продавець.</p>	<p>Вивантаження товару в місці призначення, якщо за договором перевезення ці видатки не оплачує продавець; виконання імпортних митних формальностей</p>

№ з/п	Назва та суть торговельного терміна	Зона відповідальності продавця	Зона відповідальності покупця
		Продавець зобов'язаний подати покупцеві відповідний транспортний документ	
	<b>Особливості застосування:</b> цей термін доцільно застосовувати, якщо використовується кілька видів транспорту. Продавець не зобов'язаний виконувати митні формальності під час увезення товару до країни призначення. Якщо сторони хочуть зобов'язати продавця це робити, тоді слід використовувати термін DDP		
10	<p><b>DPU (Delivered at Place Unloaded) – поставка на місце вивантаження.</b> Продавець вважає, що виконав свої зобов'язання з поставки, коли товар, випущений у митному режимі експорту, розвантажений із прибулого ТЗ і наданий у розпорядження покупця в зазначеному місці призначення. Перехід ризиків – після розвантаження в зазначеному місці терміналу. Розподіл затрат – у пункті призначення. Вид транспорту – будь-який</p>	<p>Контроль безпеки; перевірка якості, кількості, ваги, розміру; пакування, маркування товару; виконання експортних митних формальностей; доставка товару до узгодженого терміналу; виконання транзитних митних формальностей; вивантаження товару. Продавець повинен подати покупцеві будь-який документ (наприклад, копію транспортного документа, що підтверджує експорт і дату відвантаження), необхідний для одержання товару, за свій рахунок</p>	<p>Виконання імпорتنих митних формальностей, а також необхідних дій після вивантаження товару</p>
	<b>Особливості застосування:</b> цей термін доцільно застосовувати, якщо використовується кілька видів транспорту. Термін DPU прийшов на зміну терміна DAT, щоб забезпечити більшу гнучкість у визначенні місця доставки товару. Тепер продавцеві та покупцеві можна погодити будь-яке місце для доставки товару, а не тільки в конкретному терміналі. У контракті рекомендується точно вказати місце доставки товару, тому що ризики до цього пункту несе продавець		

№ з/п	Назва та суть торговельного терміна	Зона відповідальності продавця	Зона відповідальності покупця
11	<p><b>DDP (Delivered Duty Paid)</b> – поставка з оплатою мита &lt;...&gt; (назва місця призначення).</p> <p>Поставка відбулася в момент, коли продавець надав покупцеві в місці призначення товар, що пройшов митне очищення для імпорту й готовий до розвантаження.</p> <p>Продавець зобов'язаний повідомити покупця про час прибуття товару в місце призначення та подати йому документи, що дозволяють прийняти товар.</p> <p>Перехід ризиків – у момент поставки.</p> <p>Розподіл затрат – у пункті призначення.</p> <p>Вид транспорту – будь-який</p>	<p>Контроль безпеки; перевірка якості, кількості, ваги, розміру; пакування, маркування товару; виконання експортних митних формальностей; доставка товару до місця призначення; виконання транзитних та імпортних митних формальностей, сплата мита; сплата будь-яких податків, зокрема ПДВ, які справляються під час імпорту, якщо інше прямо не погоджене в контракті (у такому випадку в контракті роблять застереження – DDP без сплати ПДВ)</p>	<p>Розвантаження товару із прибулого ТЗ</p>

**Особливості застосування:** продавець зобов'язаний виконувати митні формальності як під час експорту, так і під час імпорту. Водночас у нього можуть бути труднощі в країні імпорту, якщо він, наприклад, не зареєстрований там. Щоб продавцеві не довелося виконувати імпортні митні формальності й місце доставки залишилося місцем призначення, договірні сторони можуть обрати базис DAP

3. Як підготуватися до бізнес-зустрічі.

***How to Prepare for a Business Meeting by Amanda C. Kooser***

A well-run meeting can be used to effectively train employees, close an important sale, set business goals and keep major projects on the right track. A successful meeting starts well before everyone is gathered in a conference room. The person running the meeting needs to make arrangements, gather materials, send out invitations and coordinate the activities. Participants need to be prepared to handle any required tasks, provide feedback, make presentations or brainstorm ideas. Doing the groundwork ahead of time will keep the meeting running smoothly and help you meet your goals.

1. Determine if you are running the meeting or expected to participate in any fashion. If you are in charge of arrangements, be ready to coordinate scheduling, materials and the pacing of the meeting.
2. Set a goal for the meeting. Decide if you are trying to make a sale, bring an investor on board, train employees about company policies or brainstorm new product ideas.
3. Set an agenda for the meeting. Give participants a heads up if the meeting is expected to be particularly long. Allow time for bathroom or refreshment breaks. Prepare a schedule if there will be multiple speakers or presenters.
4. Make arrangements for a meeting room, conference call or online meeting. Book a time that works for all key participants. Call or email the group to make sure that the chosen time works for everyone.
5. Send out time and location details to all participants. If you are dealing with employees, let them know if attendance is mandatory or optional. Email conference call-in numbers and codes if you are arranging a phone meeting.
6. Prepare for any needed equipment. For example, if you are going to have a computer presentation, be sure that the conference room has a screen and projector. Know how to hook your laptop up to the projector so that you don't have to waste valuable meeting time dealing with technical details.
7. Take your presentation for a test drive before you do it in front of clients. Make sure your sales or investment pitch is professional, concise and interesting. Endless charts projected on a screen don't make for compelling meetings. Understand your audience, how you can meet their needs and what goals you want to reach.
8. Gather materials. Print off handouts. Make sure there are enough chairs for everyone. Prepare refreshments or make catering arrangements if necessary.
9. Remind participants 24 hours ahead, or on the morning of, the actual meeting. Aim to start the meeting promptly at the given time.

Tip. Let participants know if they need to bring specific materials. Ask employees to bring note-taking supplies and consider delegating supplies, including refreshments or snacks for informal meetings.

4. Особливості інтерв'ю з роботодавцем.

***10 interviewing rules by Carole Martin, Monster contributor***

In the current job market, you'd better have your act together, or you won't stand a chance against the competition. Be prepared to the best of your ability. There is no way to predict what an interview holds, but by following these important rules you will

feel less anxious and will be ready to positively present yourself. Check yourself on these 10 basic points before you go on that all-important interview.

1. Do your research. Researching the company before the interview and learning as much as possible about its services, products, customers and competition will give you an edge in understanding and addressing the company's needs. The more you know about the company and what it stands for, the better chance you have of selling yourself in the interview. You also should find out about the company's culture to gain insight into your potential happiness on the job.
2. Look sharp. Select what to wear to the interview. Depending on the industry and position, get out your best interview clothes and check them over for spots and wrinkles. Even if the company has a casual environment, you don't want to look like you slept in your outfit. Above all, dress for confidence. If you feel good, others will respond to you accordingly.
3. Be prepared. Bring along a folder containing extra copies of your resume, a copy of your references and paper to take notes. You should also have questions prepared to ask at the end of the interview. For extra assurance, print a copy of Monster's handy interview take-along checklist.
4. Be on time. Never arrive late to an interview. Allow extra time to arrive early in the vicinity, allowing for factors like getting lost. Enter the building 10 to 15 minutes before the interview.
5. Show enthusiasm. A firm handshake and plenty of eye contact demonstrate confidence. Speak distinctly in a confident voice, even though you may feel shaky.
6. Listen. One of the most neglected interview skills is listening. Make sure you are not only listening, but also reading between the lines. Sometimes what is not said is just as important as what is said.
7. Answer the question asked. Candidates often don't think about whether they are actually answering the questions their interviewers ask. Make sure you understand what is being asked, and get further clarification if you are unsure.
8. Give specific examples. One specific example of your background is worth 50 vague stories. Prepare your stories before the interview. Give examples that highlight your successes and uniqueness. Your past behavior can indicate your future performance.
9. Ask questions. Many interviewees don't ask questions and miss the opportunity to find out valuable information. The questions you ask indicate your interest in the company or job.
10. Follow up. Whether it's through email or regular mail, the interview followup is one more chance to remind the interviewer of all the valuable traits you bring to the job and company. Don't miss this last chance to market yourself.

Want more interviews? Do this. It's important to appear confident and cool for the interview. One way to do that is to go on an ample number of interviews so you get comfortable with the process. Could you use some help in that department? Join Monster today. As a member, you can upload up to five versions of your cover letter and resume—each tailored to different types of jobs that interest you. Recruiters search Monster every day looking to fill top jobs with qualified candidates, just like you. Additionally, you can get job alerts sent to your inbox the moment they become

available. The more exposure you can get, the sooner you'll find yourself back in the interview seat—and then at the company itself.

## 5. Проведення відео-конференцій

### Meeting Preparation

- Arrive well before your videoconference starts to test the videoconferencing system and the interface to your laptop.
- Minimize distracting glare and uneven lighting by pulling the shades on windows and doors and covering glass-framed wall hangings. You should minimize combining outside light with indoor fluorescent lighting to prevent problems with the videoconference camera and the quality of your image.
- Make sure the room has adequate lighting, typically what would be used for standard office work. If it's too dark, the other sites won't be able to see you clearly.
- Try to set up a back channel for communication to the other site(s) such as with Instant Message client or email. This allows for communication without interrupting the discussion.
- Wear neutral, muted, or pastel solid colors. Avoid plaids, stripes, polka dots, very bright colors, and the colors white or red—they can cause distracting effects on screen.

### Communicate Effectively

- Do an audio check before the virtual meeting begins to ensure that everyone can hear you.
- Speak in a normal voice, you shouldn't have to shout.
- Talk directly into the microphone. Do not turn your head from side to side while talking or your voice will fade in and out at the remote site.
- When you start talking, JUST KEEP TALKING! Try not to ask "can you hear me?" or anything like that. Assume that everything is working fine. You will be interrupted if something is wrong.
- When possible, keep your microphone muted when you won't be speaking for several minutes or more. Un-muted microphones can be the single most important problem communicating during a videoconference meeting.
- Be natural, but limit excess movement to avoid looking jerky on screen. If you walk around while speaking, remain in a small area and walk slowly.

### Videoconferencing Etiquette

- When videoconferencing with many sites, start your comment by saying your name and location (for example, "This is Pat at Northwestern.") Doing so helps the video equipment switch to your site and also helps other sites identify who is speaking before the video monitor catches up.
- When your microphone is on, be careful with side conversations and do not rustle papers or make tapping sounds near the microphone. Any sounds you make will be heard by the other sites and can be distracting.
- Direct your questions to a specific site, and preferably a specific individual. Expect a few extra seconds of delay in getting an answer because of the technology and distance involved (at minimum, un-muting the microphone).

- Do not cause echo. If you are causing echo, it will disrupt the videoconference. If necessary, keep your microphone muted until you have to speak, and then quickly mute it when you are finished.

- Look directly at the camera as often as possible. This will give the remote site the impression that you are looking directly at them.