



ДОНСКОЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
УПРАВЛЕНИЕ ДИСТАНЦИОННОГО ОБУЧЕНИЯ И ПОВЫШЕНИЯ
КВАЛИФИКАЦИИ

Кафедра «Связи с общественностью»

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ

по изучению дисциплины

«Деловое общение и бизнес-этикет»

Автор

Левицкий С.С.

Ростов-на-Дону, 2015



Аннотация

Методические указания предназначены для студентов очной, заочной формы обучения по направлению 031600 «Реклама и связи с общественностью»

Автор



Старший преподаватель
Левицкий С.С.





Оглавление

Введение	4
Перечень тем для подготовки доклада, сообщения	11
Тематика контрольных работ	15
Перечень вопросов для подготовки к первой промежуточной аттестации	17
Перечень вопросов для подготовки ко второй промежуточной аттестации	18
Вопросы для зачета	19
Литература	20
Пример контрольной работы	24
Введение	26
1. Основные принципы внешнего облика делового мужчины	28
1.1. Принципы построения делового имиджа	28
1.2. Основные формы выражения делового имиджа	30
2. Внешний облик делового мужчины	33
2.1. Внешний вид	33
2.2. Культура одежды делового мужчины	34
Заключение	41



ВВЕДЕНИЕ

Дисциплина «Деловое общение и бизнес-этикет» носит прикладной характер и призван познакомить студентов с основами делового общения и бизнес-этикета. Актуальность дисциплины обусловлена современными экономическими и социокультурными условиями, при которых знание принципов бизнес-этикета, норм и правил делового общения, умение эффективно применять их на практике повысят уровень коммуникативной компетенции, а также станут важной составляющей конкурентоспособности специалистов по связям с общественностью на рынке труда, залогом их успешной профессиональной деятельности.

Цель курса «Деловое общение и бизнес этикет» - расширение коммуникативной компетенции студентов с целью подготовки их к решению производственных задач с учетом специфики профессиональной деятельности.

Для достижения данной цели необходимо решить следующие задачи:

- предоставление знаний об основных понятиях, источниках, механизмах делового общения и бизнес этикета;
- формирование представлений о структуре делового общения и бизнес этикета;
- формирование представлений о формах делового общения и бизнес этикета;
- развитие умений применения современных технологий, средств, методов повышающих эффективность делового общения и бизнес этикета;
- развивать умения определять особенности индивидуально-психических свойств партнеров по общению и использовать эти знания в целях создания благоприятной атмосферы в процессе делового общения и бизнес этикета.

В соответствии с целями и задачами курса на лекциях студенты знакомятся с основными понятиями, источниками, механизмами делового общения и бизнес-этикета; структурой делового общения и бизнес-этикета; формами делового общения и бизнес-этикета; современными технологиями, средствами, методами повышающими эффективность делового общения и бизнес-этикета; особенностями индивидуально-психических процессов, свойств, партнеров по общению и методами применения данных знаний в целях создания благоприятной атмосферы в процессе делового общения и бизнес-этикета



Деловое общение и бизнес-этикет

Для успешного освоения дисциплины студент должен иметь базовую подготовку по следующим дисциплинам: «Русский язык и культура речи», «Основы теории коммуникации», «Психология массовых коммуникаций», «Конфликтология», «Логика и теория аргументации», «Имиджеология», «PR-текст в профессиональной деятельности».

Освоение дисциплины подготавливает студентов восприятию следующих дисциплин: «Реклама и связи с общественностью в Интернете», «Теория и практика связей с общественностью», «Внутриорганизационные коммуникации и корпоративная культура», «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью».

Студенты, завершившие изучение дисциплины «Деловое общение и бизнес-этикет», должны обладать следующими компетенциями

должны знать:

- основные понятия, используемые в деловом общении и бизнес-этикете;
- нормы и правила этикета в общественных местах;
- нормы и правила бизнес-этикета;
- нормы и правила делового общения;
- нормы и правила поведения в различных деловых культурах.

должны уметь:

- самостоятельно получать знания в данной предметной области с помощью учебно-методической, справочной литературой и другими информационными источниками;
- применять нормы и правила бизнес-этикета в профессиональной деятельности;
- применять нормы и правила делового общения в профессиональной деятельности;

должны владеть навыками:

- поведения при подготовке и проведении деловых мероприятий;
- поведения в деловом общении;
- поведения в общественных местах.
- Основными формами организации обучения, освоения студентами материала, предусмотренного курсом «Деловое общение и бизнес-этикет», являются лекции, практические занятия, самостоятельная работа и др.



Деловое общение и бизнес-этикет

Распределение бюджета времени по видам занятий приведено в таблице 1.

Таблица 1. Распределение бюджета времени по видам занятий

Виды занятий	Объем времени, час	
	очная	Заочная
3	4	5
Лекционные занятия	18	6
Практические занятия	36	10
Итого	54	16

Самостоятельная работа студентов состоит из изучения текущего учебного материала по конспектам лекций и литературы, подготовка к практическим занятиям (в различных формах: сообщение, доклад, реферат и др.), подготовка к зачету. Студенты заочной формы обучения также готовят контрольную работу.

Распределение бюджета времени самостоятельной работы студентов приведено в таблице 2.

Таблица 2. Распределение бюджета времени самостоятельной работы студентов

№ п.п.	Вид самостоятельной работы	Объем времени, час		Рекомендуемая литература
		очная	заочная	
1	2	3	4	5
1	Изучение текущего учебного материала по конспектам лекций, учебно-методической литературе	20	30	1.1-1.10, 2.1-2.13
2	Подготовка к практическим занятиям в различных формах: сообщение, доклад, реферат и др.	24	10	1.1-1.10, 2.1-2.13, 3.1-3.5, 4.1-4.7
4	Подготовка к зачету	10	10	1.1-1.10, 2.1-2.13, 3.1-3.7, 4.1-4.7
5	Подготовка контрольной работы		42	1.1-1.10, 2.1-2.13, 3.1-3.7, 4.1-4.7
6	Всего	54	92	



Деловое общение и бизнес-этикет

Лекция – форма изучения нового материала. Основная дидактическая цель лекции – сформировать у студентов систему знаний об изучаемом объекте. Значение лекции состоит в том, что она направлена на развитие логического мышления, освоение научных методов, служит основой для самостоятельной работы студентов, развивает интеллектуальную и мотивационную сферы личности. Выбор типа лекции зависит от цели, содержания учебного материала и т.п. В рамках преподавания дисциплины «Деловое общение и бизнес-этикет» реализуются вводные, информационные, проблемные, обзорные лекции. Как правило, лекция завершается тем, что студентам предлагаются вопросы и задания для самостоятельной работы, перечень литературы. Целью этого задания может быть как закрепление полученных знаний, так и подготовка к предстоящему практическому занятию.

Работа по подготовке к практическим занятиям и активное участие в них – одна из форм освоения материала, предусмотренного курсом «Деловое общение и бизнес-этикет». Готовясь к практическим занятиям, студент приобретает навыки самостоятельной работы с учебной и специализированной литературой, работы над письменным и устным сообщением (докладом), учится участвовать в дискуссиях, отстаивать свою точку зрения, формулировать аргументированные выводы.

Форма практического занятия определяется его темой. В рамках преподавания дисциплины «Деловое общение и бизнес-этикет» реализуются следующие формы практических занятий:

- подготовка реферата студентом, его представление в виде доклада и обсуждение;
- подготовка сообщения, его представление и обсуждение;
- написание эссе и др.

Тема практического занятия	Содержание практического занятия
Этикетные нормы поведения в общественных местах	Правила поведения на улице Правила поведения в театрах и кинотеатрах Правила поведения в кафе и ресторанах Правила поведения в общественном транспорте Правила поведения в ВУЗе (на примере ДГТУ) Правила поведения в деловых и развлекательных центрах



Деловое общение и бизнес-этикет

<p>Этикет приветствия, прощания, знакомства в деловой сфере</p>	<p>Основные правила приветствия, прощания и знакомства Правила приветствия: на улице и в помещении Правила прощания: на улице и в помещении Правила знакомства: на улице и в помещении</p>
<p>Бизнес-этикет и мода. Дресс-код делового человека</p>	<p>Мода: понятие, функции Современные тенденции моды Стили в одежде: характеристика, исторические корни Одежда и аксессуары делового мужчины Одежда и аксессуары деловой женщины</p>
<p>Этикетные нормы деловых приемов</p>	<p>Виды приемов: характеристика и особенности Правила поведения за столом Правила сервировки Правила пользования столовыми приборами Алкогольные напитки: правила питья, сочетание с продуктами и блюдами.</p>
<p>Использование вербальных форм общения в деловой сфере</p>	<p>Вербальное общение: определение, функции Лексика и синтаксис Средства речи Практические примеры использования вербальных форм общения в телевизионных новостях, выступлениях известных политиков и бизнесменов</p>
<p>Логика в деловом общении</p>	<p>Первый закон логики: определение, смысл, важные моменты, использование в деловом общении. Второй закон логики: определение, смысл, важные моменты, использование в деловом общении. Третий закон логики: определение, смысл, важные моменты, использование в деловом общении. Четвертый закон логики: определение, смысл, важные моменты, использование в деловом общении. Дискуссия на тему «Преднамеренное нарушение логических законов в деловом общении как инструмент достижения собственных целей: за и против»</p>
<p>Приемы аргументации в деловом общении</p>	<p>Аргументация: определение, функции, виды Правила использования аргументации в деловом общении Примеры использования аргументации в деловом общении</p>



Деловое общение и бизнес-этикет

Использование манипуляций в деловом общении	Манипуляция: определения, задачи, функции, основные моменты. Виды манипуляций в деловом общении, их характеристика. Правила распознавания и противодействия манипуляциям в деловом общении. Дискуссия на тему «Возможно ли использовать манипуляции в деловом общении»
Приемы коммуникационного воздействия в деловом общении	Техника убеждения: определение, основные моменты, правила использования. Техника внушения: определение, основные моменты, правила использования. Техника заражения: определение, основные моменты, правила использования. Техника критики: определение, основные моменты, правила использования. Дискуссия на тему «Использование противоправных или незаконных методов воздействия в деловой сфере»
Этикет деловой переписки и деловых звонков. Интернет-этикет	Виды и функции деловых писем Правила составления деловых писем Бизнес-этикет подготовки делового звонка Бизнес-этикет проведения делового звонка Бизнес-этикет переписки в социальных сетях Бизнес-этикет переписке по электронной почте и на форумах
Использование невербальных форм общения в деловом общении	Невербальное общение: определение, функции, классификации Характеристика видов невербального общения Практические примеры использования невербальных форм общения в телевизионных новостях, выступлениях известных политиков и бизнесменов
Бизнес-этикет совещания, встречи, беседы, спора	Бизнес-этикет совещания: правила и нормы поведения Бизнес-этикет встречи: правила и нормы поведения Бизнес-этикет беседы: правила и нормы поведения Бизнес-этикет спора: правила и нормы поведения
Переговорный процесс: этикетные нормы и правила	Бизнес-этикет подготовки переговорного процесса: нормы и правила Бизнес-этикет проведения переговорного процесса: нормы и правила Бизнес-этикет контролирования итогов переговорного процесса: нормы и правила



Деловое общение и бизнес-этикет

<p>Этикет публичного выступления</p>	<p>Бизнес-этикет подготовки публичного выступления: нормы и правила Бизнес-этикет непосредственно публичного выступления Бизнес-этикет ответов на вопросы и дискуссии после публичного выступления</p>
<p>Бизнес-этикет и корпоративная культура</p>	<p>Корпоративная культура: определение, функции, виды Составляющие корпоративной культуры: понятие, характеристика Примеры корпоративной культуры крупных организаций</p>
<p>Этикетные нормы и правила поведения руководителя и подчиненного</p>	<p>Нормы и правила поведения руководителя на рабочем месте Правила поведения подчиненного на рабочем месте Правила поведения руководителя и подчиненного при неформальном общении Дискуссия на тему «Использование неформального общения как фактор повышения по карьерной лестнице»</p>
<p>Визитки в деловой сфере</p>	<p>Визитка: определение, значение, функции Виды визиток, правила составления Правила преподнесения визиток Составление собственной визитки</p>
<p>Подарки и сувениры в деловой сфере</p>	<p>Подарки и сувениры: виды, значение Подарки и сувениры в деловом общении Подарки и сувениры при неформальном общении Подарки и сувениры в разных странах</p>

Доклад, сообщение - продукт самостоятельной работы студента, представляющий собой публичное выступление по представлению полученных результатов решения определенной учебно-практической, учебно-исследовательской или научной темы.



ПЕРЕЧЕНЬ ТЕМ ДЛЯ ПОДГОТОВКИ ДОКЛАДА, СООБЩЕНИЯ

1. Этикет и его нормы в Средние века.
2. Этикет и его нормы в Новое время.
3. Имидж делового мужчины с точки зрения требований современного бизнес-этикета.
4. Имидж деловой женщины с точки зрения требований современного бизнес-этикета.
5. Требования этикета и правила поведения на улице и в транспорте.
6. Требования этикета и поведение в общественных местах и официальных учреждениях.
7. Сувениры и подарки в деловой сфере.
8. Оформление офиса и рабочего места сотрудников в соответствии с требованиями современного бизнес-этикета.
9. Этикетные нормы телефонного общения. Правила переписки по телефаксу.
10. Требования к оформлению заявления об уходе с работы, рекомендательных писем и резюме.
11. Требования этикета к оформлению письма-отказа. Правила оформления письма-запроса о ходе исполнения дела в соответствии с требованиями делового этикета.
12. Оформление письма-благодарности в соответствии с требованиями делового этикета, письма-напоминания и структура письма-уведомления.

Контрольные работы – одна из основных форм межсеессионных заданий для студентов заочной формы обучения.

Письменные работы выполняются по специальной тематике контрольных работ, составленной кафедрой «Связи с общественностью» на основе учебной программы курса «Деловое общение и бизнес-этикет».

Согласно учебному плану студент-заочник обязан выполнить одну контрольную работу за семестр. Номер контрольной работы должен соответствовать последней цифре номера зачетной книжки студента.

Контрольная работа должна состоять из введения, основной части и заключения. Во введении следует дать обоснование важности и актуальности избранной темы, сформулировать задачи работы. При раскрытии основных вопросов необходимо обеспечить их полное соответствие формулировкам плана. Каждый раздел основной части должен



Деловое общение и бизнес-этикет

завершаться краткими выводами. Заключение контрольной работы не должно содержать новых фактических данных. В нем резюмируется содержание работы, делаются четкие выводы по всей теме.

Заключительный этап – оформление. На титульном листе контрольной работы указывается специальность, номер группы, фамилия, имя и отчество студента, а так же тема работы. На второй странице должно быть представлено содержание, в котором формулируются названия частей или глав работы и параграфы с указанием страниц. Введение, заключение, список литературы и приложение (если оно предусмотрено) в содержании не нумеруются. Главы и параграфы нумеруются. Контрольная работа должна быть написана грамотно, четко, разборчиво (предпочтительно отпечатана на компьютере или пишущей машинке), с выделением абзацев, страницы – пронумерованы по центру. Ширина полей контрольной работы – по два сантиметра. Объем контрольной работы – 20-24 страницы ученической тетради или 12-15 печатных страниц. В конце работы нужно указать список литературы (в алфавитном порядке), использованной студентом для написания контрольной, при этом следует использовать преимущественно литературу последних лет издания, не менее трех наименований.



Деловое общение и бизнес-этикет

Пример оформления титульного листа и листа с содержанием:

Титульный лист:

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
ДОНСКОЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ

Кафедра «Связи с общественностью»

КОНТРОЛЬНАЯ РАБОТА

По дисциплине «Деловое общение и бизнес-этикет»

Тема:

«_____»

Специальность: _____ «_____»
 шифр название

выполнил: Ф.И.О. студента, № гр. __
 проверил: Ф.И.О. преподавателя

Ростов-на-Дону
20__ г.



Второй лист контрольной работы:

	Содержание	
Введение		2
Часть I. Название главы		5
1.1. Название параграфа		6
1.2. Название параграфа		9
Часть II. Название главы		11
2.1 Название параграфа		10
2.2. Название параграфа		19
Заключение		21
Список литературы		22
Приложение		23

При выполнении всех требований, предъявляемых к контрольной работе, студент получает положительную рецензию.

Все замечания, указанные в рецензии, необходимо учесть, то есть внести дополнения и изменения к основному тексту на дополнительных листах. На зачете или экзамене студент представляет экзаменатору свою контрольную работу, рецензию и текст дополнений.

Если контрольная работа не соответствует изложенным выше требованиям, то она не засчитывается. Студент обязан переработать ее полностью или отдельные разделы в соответствии с полученными замечаниями. Сроки представление контрольной работы при этом не изменяются.

По темам контрольных заданий для проверки выполнения студентами указаний, сделанных преподавателем в их рецензиях и для методической помощи студентам, проводятся собеседования в сроки, установленные деканатом. Результаты собеседований засчитываются преподавателем при выставлении зачетов по итогам работы студентов в период зачетно-экзаменационной сессии.

Студенты, получившие зачет за выполненную контрольную работу, допускаются к сдаче зачета по дисциплине «Деловое общение и бизнес-этикет».



ТЕМАТИКА КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ

1. История этикета: возникновение норм и правил поведения.
2. Этикет и его нормы в Средние века.
3. Этикет и его нормы в Новое время.
4. Возникновение норм и правил этикета в России.
5. Основные принципы делового этикета.
6. Этический кодекс как механизм регулирования деловых отношений.
7. Корпоративная культура: история изучения, основные определения и функции.
8. Приветствия, представления, обращения и титулирование в деловом этикете.
9. Требования этикета и правила поведения на улице и в транспорте.
10. Требования этикета и поведение в общественных местах и официальных учреждениях.
11. Сувениры и подарки в деловой сфере.
12. Имидж делового мужчины с точки зрения требований современного делового этикета.
13. Имидж деловой женщины с точки зрения требований современного делового этикета.
14. Оформление офиса и рабочего места сотрудников в соответствии с требованиями современного делового этикета.
15. Этические аспекты критики.
16. Виды и роль речевого воздействия в деловом общении.
17. Невербальные и вербальные способы коммуникации.
18. Визитные карточки: история возникновения, виды и функции.
19. Правила подготовки и ведение деловой беседы.
20. Деловой этикет и электронные средства коммуникации.
21. Этикетные нормы телефонного общения. Правила переписки по телефаксу.
22. Нормы делового этикета и письменное деловое общение. Виды деловой корреспонденции.
23. Требования к оформлению заявления об уходе с работы, рекомендательных писем и резюме.
24. Требования этикета к оформлению письма-отказа. Правила оформления письма-запроса о ходе исполнения дела в соответствии с требованиями делового этикета.
25. Оформление письма-благодарности в соответствии с



Деловое общение и бизнес-этикет

требованиями делового этикета, письма-напоминания и структура письма-уведомления.

26. Деловые приемы: виды и назначение.

27. Застольный этикет: правила рассадки, оформление стола, правила поведения.

28. Организация презентаций и их роль в процессе делового взаимодействия.

29. Деловая беседа: этапы, правила ведения и психологические приемы, используемые в процессе делового общения.

30. Правила общения в Интернете.

Важная составляющая освоения студентами учебного материала – организация их самостоятельной познавательной деятельности. Самостоятельная работа является одним из средств подготовки к активной самообразовательной работе и в этом состоит ее основная дидактическая цель. Студентам предлагаются следующие формы самостоятельной работы: работа с учебной и справочной литературой (задачи – выделение главного, систематизация, анализ, обобщение и т.д.); выполнение сквозных и индивидуальных заданий по циклам дисциплины; разработка студентами методических материалов по предмету (схем, таблиц, опорных конспектов и т.д.); подготовка к наиболее ответственным или интегративным лабораторным работам; конкурсное выполнение разных заданий; самостоятельное изучение дисциплин под контролем преподавателя; выполнение специально подготовленных заданий развивающего характера (цель – более глубокое и прочное усвоение важных положений предмета) и др.

Во время изучения дисциплины «Деловое общение и бизнес-этикет» предусмотрены две рейтинговых письменных промежуточных аттестаций по пройденному материалу. Для подготовки к нему студенты должны использовать лекционный материал, данные, приобретенные в ходе практических занятий, а также информацию, полученную из учебной литературы, периодических изданий и интернет-источников (с ссылкой на них).



ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ ДЛЯ ПОДГОТОВКИ К ПЕРВОЙ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

1. Дайте определение понятию «деловое общение» Назовите формы и функции делового общения.

2. Назовите и охарактеризуйте структурные элементы делового общения.

3. Назовите формы невербального общения.

4. Назовите функции невербального общения.

5. Назовите правила устной речи в деловых разговорах.

6. Назовите правила ведения деловых разговоров.

7. Назовите правила приветствия и прощания в деловой сфере.

8. Назовите правила знакомства и представления в деловой сфере.

9. Назовите основные правила поведения в общественных местах.

10. Назовите правила при выборе одежды для делового человека.

11. Назовите правила при выборе аксессуаров для делового человека.

12. Назовите основные правила столового этикета.

13. Дайте определение понятию «логика» и назовите основные функции логики в деловом общении.

14. Назовите основные законы логики и приведите примеры использования в деловом общении.

15. Назовите правила аргументации в деловом общении.

16. Дайте определение понятию «манипуляция» и назовите основные функции манипуляции в деловом общении.

17. Назовите основные виды манипуляций в деловом общении и способы противодействия данным видам.



ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ ДЛЯ ПОДГОТОВКИ КО ВТОРОЙ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

1. Назовите основные правила техники убеждения в деловом общении.
2. Назовите основные правила техники критики в деловом общении.
3. Назовите основные правила техники внушения в деловом общении.
4. Назовите основные правила техники заражения в деловом общении.
5. Назовите основные правила бизнес-этикета деловой переписке.
6. Назовите основные правила бизнес-этикета деловых звонков.
7. Назовите основные правила бизнес-этикета в Интернете.
8. Назовите основные правила бизнес этикета деловых совещаний, встреч, бесед.
9. Назовите основные правила бизнес-этикета деловых споров и конфликтов.
10. Назовите основные правила бизнес-этикета публичного выступления и презентации.
11. Назовите основные правила поведения руководителя.
12. Назовите основные правила поведения подчиненного.
13. Назовите составные части корпоративной культуры.
14. Назовите основные правила составления визитной карточки и её использования.
15. Назовите основные правила поведения при неформальном общении в деловой среде.
16. Назовите основные правила выбора и вручения подарков и сувениров в деловой среде

Изучение дисциплины завершается зачетом.

Для подготовки к зачету студенты должны использовать лекционный материал, данные, приобретенные в ходе практических занятий, а также информацию, полученную из учебной литературы, периодических изданий и интернет-источников (с ссылкой на них).



ВОПРОСЫ ДЛЯ ЗАЧЕТА

1. Деловое общение: формы, структура, функции.
2. Деловая беседа: формы, структура, функции.
3. Деловое совещание: формы, структура, функции.
4. Деловые переговоры: формы, структура, функции.
5. Деловой спор: формы, структура, функции.
6. Правила приветствия, прощания, знакомства.
7. Правила поведения в общественных местах.
8. Бизнес-этикет и мода. Одежда и аксессуары делового человека.
9. Столовый этикет.
10. Вербальный бизнес-этикет.
11. Культура речи в деловом общении.
12. Невербальный бизнес-этикет.
13. Законы логики в деловом общении.
14. Аргументации в деловом общении.
15. Манипуляции в деловом общении.
16. Техники воздействия в деловом общении.
17. Бизнес-этикет совещания, встречи, беседы, спора.
18. Бизнес-этикет переговорного процесса.
19. Бизнес-этикет публичного выступления.
20. Письменная деловая речь.
21. Бизнес-этикет деловой переписки и деловых звонков.
22. Интернет-этикет.
23. Визитки в деловой сфере.
24. Поведение руководителя.
25. Поведение подчиненного.
26. Подарки и сувениры в деловой сфере.
27. Неформальное общение в деловой сфере.



ЛИТЕРАТУРА

№	Автор	Название	Издательство	Гриф издания	Год издания	Кол-во в библиотеке	Ссылка на электронный ресурс	Доступность
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1. Основная литература								
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1.1	Барышев А.Д.	Этика и психология делового общения	Альфа-М: НИЦ ИНФРА-М		2013		http://znanium.com/bookread.php?book=375870	Доступ через НТБ ДГТУ с любого компьютера
1.2	Борисов В.К.	Этика деловых отношений	ИД ФОРУМ : ИНФРА-М		2010		http://znanium.com/bookread.php?book=223658	Доступ через НТБ ДГТУ с любого компьютера
1.3	Кибанов А.Я. Д. К. Захаров, В. Г. Коновалова.	Этика деловых отношений.	Инфра-М	УМО	2009	1		
1.4	Кибанов А.Я. Д. К. Захаров, В. Г. Коновалова.	Этика деловых отношений.	Инфра-М	УМО	2011	20		
1.5	Коробейников А.Л.С.	Документационное обеспечение делового общения	Магист		201		http://znanium.com/bookread.php?book=244969	Доступ через НТБ ДГТУ с любого компьютера
1.6	Кошарная	Этика деловых отношений	Изд-во ПензГУ		200	1		
1.7	Кузнецов И.Н.	Современный этикет	Дашков и Ко		201		http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=430551	Доступ через НТБ ДГТУ с любого компьютера



Литература. Продолжение

1.8	Кузнецов И.Н.	Бизнес-риторика	Дашко		201		http://znanium.com/bookread.php?book=430229	Доступ через НТБ ДГТУ с любого компьютера
1.9	Кукушин В.С.	Психология делового общения.	МарТ		201	5		
1.10	Сидоров П.И.	Деловое общение	НИЦ ИНФРА-М		013		http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=405196	Доступ через НТБ ДГТУ с любого компьютера
2. Дополнительная литература								
1	2	3	4				8	9
1.1	Андреева И.В.	Бизнес-этикет	Вектор		006			
2.2	Басаков М.И.	Как правильно подготовить и оформить деловое письмо	Дашков и К.,		005			
2.3	Кибанов А.Я., Захаров Д.К., Коновалов В.Г.	Этика деловых отношений	ИНФРА-М		007			
2.4	Ковров А.В.	Психологические аспекты ведения переговоров	Бератор-Пресс		003			
2.5	Кузнецов И.Н.	Современный этикет	Дашков и К		008			
2.6	Пиз А.	Говорите точно... Как соединить радость общения и пользу убеждения	ЭКМО		006			



Литература. Продолжение

2.7	Пиз А.	Как писать так, чтобы было понятно всем (эффективные приемы деловой и личной переписки)	Эксмо		004			
2.8	Сабат Э.М.	Бизнес-этикет	ФАИР-ПРЕСС		004			
2.9	Смирнов Г.М.	Этика деловых отношений	Проспект		008			
2.10		Этикет (деловой, дипломатический, повседневный)	Амалфея		002			
2.11	Шеламова Г.М.	Культура делового общения при трудоустройстве	ACADEMIA		008			
2.12	Шеламова Г.М.	Психология и этика профессиональной деятельности	ACADEMIA		008	0		
2.13	Шеламова Г.М.	Этика деловых отношений	ACADEMIA		008			
3 Периодические издания								
3.1	Делопроизводство				2010, №1-4 2011, №1-3 2012, №1,2,4 2013, №1-4 2014, №1,2,4			Библиотека ДГТУ



Литература. Продолжение

3.2	Делопроизводство и документооборот			2012, №1-12 2013, №1-10 2014, №1-41-6, 10-12	Библиотек а ДГТУ
3.3	Секретарское дело			2010, №1-12 2011, №1-3	Библиотек а ДГТУ
3.4	Секретарь-референт			2011, №1, 2, 4-12 2012, №1-12 2013, №1, 2, 3 7-10	Библиотек а ДГТУ
3.5	Справочник по управлению персоналом			2010, №1-6	Библиотек а ДГТУ
3.6	Справочник секретаря и офис-менеджера			2012, №1-12 2013, №1-8	Библиотек а ДГТУ
3.7	Управление персоналом			2010, № 1-6, 7-13, 14-24 2011, №1-6	Библиотек а ДГТУ
4 Программно-информационное обеспечение, Интернет-ресурсы					
4.1	Информационный портал «Бизнес-этикет. Правила делового этикета» - http://бизнес-этикет.рф			Свободный доступ с любого компьютера	
4.2	Информационный портал «Деловой протокол&этикет» - http://protocolonline.ru/			Свободный доступ с любого компьютера	
4.3	Информационный портал «Деловой этикет» - http://delovoi-etiket.ru/			Свободный доступ с любого компьютера	
4.4	Информационный портал «Правила хорошего тона» - http://www.knigge.ru/			Свободный доступ с любого компьютера	
4.5	Научная электронная библиотека «Киберленинка» - http://cyberleninka.ru/			Свободный доступ с любого компьютера	
4.6	Сайт Российской Коммуникативной Ассоциации (РКА) – http://www.russcomm.ru/index.shtml			Свободный доступ с любого компьютера	
4.7	Электронный научный журнал Факультета журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова «Медиаскоп» – http://www.mediascope.ru/			Свободный доступ с любого компьютера	



ПРИМЕР КОНТРОЛЬНОЙ РАБОТЫ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
ДОНСКОЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ

Кафедра «Связи с общественностью»

КОНТРОЛЬНАЯ РАБОТА

По дисциплине «Деловое общение и бизнес-этикет»

Тема: _____»

Специальность: _____»
шифр название

выполнил: Ф.И.О. студента, № гр. __
проверил: Ф.И.О. преподавателя

Ростов-на-Дону
20__г.



Содержание

Введение.....	3
Глава 1. Основные принципы внешнего облика делового мужчины.....	5
1.1. Принципы построения делового имиджа.....	5
1.2. Основные формы выражения делового имиджа.....	7
Глава 2. Внешний облик делового мужчины.....	11
2.1 Внешний вид.....	11
2.2 Культура одежды делового мужчины.....	13
Заключение.....	20
Список использованной литературы.....	22



ВВЕДЕНИЕ

В последние годы в связи с быстрым развитием рыночных и демократических отношений в нашей стране значительная часть населения всё более активно вовлекается в сферу политики и предпринимательства. Появилось много людей, основным видом профессиональной деятельности или формой вторичной занятости которых стал бизнес и деятельность политическая, позволяющие максимально реализовать творческие способности и деловые качества. Однако эти способности и качества дают наибольший эффект лишь при наличии должного делового имиджа, т.е. того положительного представления, которое в глазах окружающих человек создаёт о себе сам и которое выступает как внешнее отражение его личности и показатель деловых и чисто человеческих качеств.

Именно деловой имидж позволяет создать первое впечатление о человеке. Такой имидж в данном случае - его фирменный знак, его внешняя вывеска. Чем он привлекательнее, тем выше профессиональный авторитет бизнесмена и общественная репутация политика.

В наши дни профессиональный и политический навык сам по себе ещё не обеспечивает успешное осуществление коммерческих и политических проектов и не создаёт достойную репутацию в деловых кругах. Для этого необходимо уметь расположить к себе аудиторию, заказчиков и клиентов, то есть создать свой неповторимый деловой имидж.

Деловой имидж - это то представление, которое вы создаёте сами о себе как внешнее отражение вашей личности и как показатель ваших деловых и чисто человеческих качеств. Чем оно удачнее, тем выше ваш профессиональный и политический авторитет, тем легче находить общий язык с окружающими и завоёвывать у них признание и должное уважение.

Об имидже и его роли в бизнесе и политике в последнее время говорят у нас всё чаще и серьёзнее. Опыт мирового цивилизованного сообщества убедительно доказал, что без создания положительного делового имиджа наивно рассчитывать на успешное осуществление как коммерческих, так и политических проектов и пользоваться достойной репутацией в деловых кругах.

Удачный деловой имидж влияет не только на восприятие вас окружающими, но и на ваше восприятие самого себя.



Деловое общение и бизнес-этикет

Если вы выглядите хорошо, это придаст вам смелость быть самим собой и чувствовать себя более уверенным. Другими словами, ваш облик воздействует на вас в той же степени, в какой он воздействует и на окружающих вас людей.



1. ОСНОВНЫЕ ПРИНЦИПЫ ВНЕШНЕГО ОБЛИКА ДЕЛОВОГО МУЖЧИНЫ

1.1. Принципы построения делового имиджа

Прежде чем приступить к созданию своего личного делового имиджа, необходимо достаточно реалистично осознать, кто вы для окружающих и каков ваш нынешний образ в их глазах. Редко кто может достоверно описать самого себя. Чаще всего собственная самооценка бывает или абсолютно отрицательной или совершенно положительной. Это, как правило, самообман. Необходимо научиться непредвзято, оценивать самого себя.

Важно выяснить, что в данный момент думают о вас окружающие. Не следует решать, какой образ желательно явить миру или как вы должны изменить свой теперешний имидж, пока хорошо не уясните, каким вас видят другие. Этих «других» в вашей деловой жизни будут представлять различные группы людей из ваших коллег, партнёров, клиентов, посетителей. И хотя вы нуждаетесь в стабильно имидже, вам всё-таки нужно представлять себя этим различным группам в соответствующем образе, что в итоге поможет вам чётко определить различные аспекты вашего имиджа для разных категорий людей. Поэтому не следует демонстрировать один и тот же имидж для разных людей. Из этого следует, что не нужно вести себя во всех ситуациях и со всеми одинаково. Так, стиль поведения, избранный каждым деловым человеком в повседневном общении с коллегами, может не принести успеха при разговоре, например с начальником.

Поэтому, прежде всего надо учитывать, на какую группу людей необходимо произвести хорошее впечатление в той или иной ситуации. Нужно также чётко уяснить, что именно впечатляет вас в других и заодно прикинуть, по силам ли будет адаптировать подобные качества к собственному имиджу.

При создании делового имиджа необходимо учитывать ожидания людей. Если они считают, что вам следует проходить в дверь первым, вы так и должны поступать, даже если это противоречит вашей природной вежливости. Если вы хотите, чтобы вас уважали, надо вести себя так, как, по мнению людей, вы должны себя вести в вашем положении. Значительная часть вашего имиджа должна ясно указывать, что вы неизменно учитываете ожидания окружающих. Решите, как бы вам хотелось, чтобы люди вели себя с вами на различных уровнях, и определите, как следует вести себя с ними.



Деловое общение и бизнес-этикет

Чтобы создать капитал на собственных достоинствах, надо, прежде всего, выявить их у себя, чтобы «заставить работать». Чем больше вы сконцентрируетесь на них, тем быстрее будут устранены ваши слабости и недостатки. В вашей работе всё важно для вас. Но только её отдельные аспекты важны для других. Поэтому, если хотите, чтобы вашу деятельность ценили, вам надо быть уверенным, что различным группам окружающих вас людей вы представляете именно ту её сторону, которая больше всего интересует не только вас, но и их. Если вы хотите скорректировать свой имидж так, чтобы произвести хорошее впечатление и на вашего начальника, то вам, прежде всего надо знать, чего он хочет в данный момент. Вы должны показывать, что в основе вашего имиджа лежат только деловые качества, что вы можете позволить гордиться собой настолько, насколько это позволяют делать результаты вашей работы, и не более того. При этом желательно «показать товар лицом» - выставить себя и свои идеи в наиболее привлекательном виде и постараться дать знать об отличном качестве вашей работы и вашем высоком профессионализме. Для продвижения по службе или политического роста необходимо понять существующие тенденции в вашей компании, фирме, партии, чтобы своевременно воспринять большинство из них и адаптировать к ним свой имидж. Изменяя свой имидж в сторону большего профессионализма, следует иметь в виду, что он не моделируется по единому плану, для его создания нет одинаковых путей. Его следует создавать во многих направлениях.

Деловой имидж (как и всякий другой) следует строить на вашем искреннем «я». Основа его привлекательности для людей, с которыми вы встречаетесь, заключается в том, что они должны видеть вас настоящего, а не какую-то искусственную модификацию вашей личности. Вы, конечно, можете радикально изменить свой имидж, оторвать его от вашего естественного «я», но это будет продолжаться очень недолго. Вас выдадут непредусмотренные мелочи.

Отсюда следует, что при создании положительного делового имиджа необходимо твёрдо придерживаться установленных рамок выбранного вами образа и в конце концов заставить его стать неотъемлемой частью вашей внутренней сути. Поэтому стабильность такого имиджа должна постоянно поддерживаться всеми имеющимися средствами, и, прежде всего созданием и сохранением своего доброго имени, профессиональной чести и политического кредо. Важно не только



решить, какой имидж вы хотели бы обрести для себя и своей работы, но также быть последовательным в его повседневной демонстрации.

Построение делового имиджа предполагает наличие ясных целей такой работы. Создание его наугад может сработать на короткое время, но долгосрочного эффекта вы не получите, результат может оказаться даже неблагоприятным. Вам нужно создать имидж, который будет соответствовать не только вашей внутренней сути, но и долгосрочным политическим целям.

1.2. Основные формы выражения делового имиджа

Имидж, как и сама личность человека, весьма многогранен, поскольку в разных деловых ситуациях человек предстаёт перед окружающими в довольно несхожих ипостасях. Однако при всём своём различии эти ипостаси - лишь разные точки зрения на одну и ту же личность. В каждой конкретной ситуации и для разных групп людей деловой имидж должен быть им адекватен и складываться из возможно большего числа конкретных форм его выражения. Окружающим вас людям не безразлично, как вы смотрите, в какой мере знаете и соблюдаете правила и условности делового этикета, владеете искусством устной и письменной речи, из каких этических принципов исходите в своей деятельности, как используете средства и приёмы поведенческой техники и тактики, в какой мере проявляете заботу о собственном здоровье.

Таким образом, если говорить более обобщённо, то деловой имидж заключается в единстве всех указанных выше форм выражения. Именно их гармоничное сочетание и постоянство проявления делают стабильным доверие и уважение к деловому человеку со стороны его коллег, партнёров и клиентов, создают у них уверенность в его компетентности, деловитости, моральной и физической надёжности. Поэтому рассмотрим эти формы делового имиджа более подробно, и в первую очередь те из них, которые позволяют составить окружающим первое впечатление о вас.

Очень часто люди на каждую конкретную деятельность проецируют массу стереотипов, распространённых среди широкой публики. Особенно это касается одежды, поскольку наше положение и образ жизни нигде так откровенно не проявляются, как в манере преподнести себя через одежду. От того, как вы себя оденете, будет в значительной мере зависеть отношение к



вам со стороны окружающих вас людей.

Одежда является как бы внешней формой выражения делового имиджа, она связана с характером и образом жизни человека. Поэтому очень важно убедиться, что одежда соответствует ситуации, иначе ваш имидж поблекнет, и никто не станет воспринимать вас всерьёз. Стиль одежды всегда должен соответствовать конкретной деловой ситуации. Простейший способ изменения вашего имиджа - снять пиджак. Если вы пришли на собрание, а там все расслаблены и сидят в одних рубашках, не «цепляйтесь» за свой пиджак. Снимите его, и вы тут же станете частью коллектива. Точно так же, если вам нужно выглядеть более официально, наденьте пиджак. Это особенно полезно знать женщинам, которые в отличие от мужчин не всегда находятся на работе в неизменном пиджаке. Но если они держат его под рукой, то могут мгновенно принять официальный вид. Манеры поведения как форма выражения делового имиджа весьма существенно влияют на его создание. Однако ими нужно пользоваться умело, поскольку, если ваше поведение по отношению к разным людям одинаково, это не всегда пойдёт вам на пользу. Хорошие манеры начинаются с понимания нужд других и стремления оказать им посильную помощь. Вы всегда должны адаптировать свой личный стиль поведения к различным группам людей и отдельным личностям, чтобы обеспечить их расположение. Если требуется смягчить ваше поведение, пойдите на это. Лучше приспособиться, чем потерять клиента или потерпеть неудачу в попытке добиться политического успеха. Простая вежливость демонстрирует ваше понимание, что окружающие вас люди тоже ранимы и заслуживают уважения. Ваш имидж может серьёзно пострадать, если люди распознают в вас человека в целом грубого и вежливого только в определённых ситуациях. Большинство из них желает видеть перед собой не только специалиста, а прежде всего приятного и любезного человека. Положительный образ в глазах окружающих людей во многом зависит от соблюдения Вами правил и условностей делового этикета. Благодаря наличию этой формы выражения делового имиджа Вы приобретёте оттенок личного обаяния. Соблюдение правил этикета не является чересчур обременённой обязанностью. Практикой делового общения доказано, что никакая другая способность, которой может обладать деловой человек, не даёт ему такого авторитета и возможности быстро сделать карьеру, как умение хорошо говорить и грамотно писать. Человек, обладающий этими



Деловое общение и бизнес-этикет

качествами, всегда более авторитетен, чем тот, кто ими не обладает. В деловом мире принято осмысливать своё поведение и заранее просчитывать его успех, исходя из ответной реакции на произведённые действия. Вот почему очень важно развивать в себе коммуникативную привлекательность, основанную на законах поведенческой стратегии, соблюдение которых является одной из важнейших форм выражения личного делового имиджа. Такая стратегия предполагает следование нормам деловой этики, соблюдение правил служебной субординации и требований культуры деловых взаимоотношений, а также учёт этических и социально-психологических ситуационных особенностей. Другой коммуникативной формой выражения делового имиджа является поведенческая техника, выражающаяся в умении использовать приёмы и способы поведения, которые обеспечивают наибольший успех. К ним относится умение создавать благоприятный психологический климат деловой беседы или коммерческих переговоров, аргументировать свои высказывания, опровергать доводы оппонентам и умело его выслушивать, защищаться от некорректных собеседников и партнёров, ставить вопросы и отвечать на них, использовать приёмы психологической разрядки и т.п. Однако использование этих приёмов и способов поведенческой техники может не дать ожидаемого успеха, если не выбирать из них наиболее подходящее для данной деловой ситуации, т.е. если не овладеть искусством поведенческой тактики, которая, так же как поведенческие стратегия и техника, является важной коммуникативной формой выражения делового имиджа.

Подобно тому, как привлекательный внешний вид, хорошие манеры, умение хорошо говорить и правильно вести себя в различных деловых ситуациях соответствуют представлениям об образе преуспевающего человека, так и правильно оборудованный и хорошо оформленный интерьер рабочего офиса способствует повышению делового статуса его хозяина, являясь как бы его своеобразной визитной карточкой. Интерьер и оборудование офиса говорят о многом: о достатке фирмы, её надёжности и основательности, солидности политической партии. Поэтому при построении делового имиджа надо стремиться к тому, чтобы место, где вы принимаете людей, производило на них как можно лучшее впечатление, чтобы атмосфера этого места способствовала повышению вашего делового статуса, а не снижала его.



2. ВНЕШНИЙ ОБЛИК ДЕЛОВОГО МУЖЧИНЫ

2.1. Внешний вид

Особенности внешнего вида выступают у многих людей носителями определённой информации о человеке. Особенно большое влияние на восприятие человека оказывают его физические данные. В деловых отношениях следует учитывать, что у людей сформировались определённые стереотипы, в соответствии с которыми какая-либо особенность внешнего вида воспринимается ими как признак черты характера.

Впервые увиденного человека мы обычно пытаемся соотнести с определённым стереотипом, существующим в нашем сознании, произвольно приписываем ему некие черты, пытаемся свести неизвестное к известному. Принято считать, что люди с квадратным подбородком - это люди волевые, с большими лбами - интеллектуалы, с жёсткими стоячими волосами - непокорные, с морщинками у глаз - дружелюбные. По представлениям многих пожилые мужчины более надёжны, верны слову и опытнее молодых, женщины с сочными губами - сексуальны, а с тонкими - холодны, люди, носящие очки, - умные и т.п. Подобные стереотипы возникают обычно на основе простой ассоциации: люди, занимающиеся умственным трудом, портят глаза, следовательно, носят очки; те, кто чаще других улыбается, имеют морщинки у глаз и т.п. бытуют также стереотипы, связанные с формой лица.

Продолговатое: прямоугольник при ширине лба, примерно равной ширине подбородка. Это так называемый «аристократический» тип, свидетельствующий об интеллекте, чувствительности, уравновешенности, нередко - о рассудительности. Такие люди обладают организаторским талантом, им присуща ярко выраженная целеустремлённость.

Треугольное: высокий и широкий лоб, выступающие скулы, небольшой, но короткий нос, глубоко посаженные глаза, небольшой и слегка выдвинутый вперёд подбородок. Для обладателя такого лица присущи и одарённость, и чувствительность. Вместе с тем такого человека отличают хитрость, неуживчивость, склонность к одиночеству.

Трапецевидное: широкий лоб и слегка суженный (но не скошенный) подбородок. Человек, как правило, интеллигентен, аристократичен; он не борец. Женщины с таким лицом оптимистичны, живут счастливо, создавая приятную атмосферу общения.



Деловое общение и бизнес-этикет

Квадратное: суровый, мужественный, нередко бессердечный тип человека; как правило, тугодум, часто бывает грубым, настойчив. Яркая его черта- решительность. Такие люди прямолинейны и откровенны в общении, у них неутолимая жажда успеха. Хорошие исполнители, хотя сами тянутся к лидерству. Женщины с таким лицом стремятся доминировать во всём.

Круглое: добродушие, миролюбие, мягкость в характере человека. Такие люди нередко гуманны, любят комфорт, хорошую компанию и не стремятся к славе. Однако честолюбие им не чуждо. Если у обладателя такого лица высокая переносица, выступающие скулы и «огненные» глаза - его считают целеустремлённым; такой тип лица нередко встречается у лидеров и полководцев.

Указанные обобщённые представления о людях нередко далеки от действительности, но поскольку они формируют первое впечатление о человеке, их следует учитывать в процессе делового общения и особенно знакомства. Впечатление на первых порах делового общения является как бы визитной карточкой внешнего вида человека, отражающего его внутреннюю сущность. При этом, внешний облик- это не только отражение внутреннего состояния человека и его отношения к окружающему. Внешнее, в свою очередь, влияет на внутреннее.

Наше положение и образ жизни нигде так откровенно не проявляются, как в манере преподнести себя окружающим через одежду. Одежда не делает человека, но она делает 90% того, что мы в нём видим. Если человек не будет выглядеть прилично, люди не поверят, что он говорит что-то важное. Известно выражение «По одежке встречают...». Одежда выступает здесь как своеобразный инструмент общения, как средство воздействия на поведение и отношение других людей, поскольку в первую очередь о вас станут судить по внешнему виду, а лишь потом по вашему разговору, манерам поведения и интерьеру кабинета.

2.2 Культура одежды делового мужчины

Чисто прилично одетый человек всегда внушает большее доверие, чем одетый кое-как или, напротив, подчёркнуто манерно.

В настоящее время принято считаться с советами модельеров. По их мнению, основополагающим принципом при составлении гардероба является универсальность одежды. Гардероб составлен не правильно, если в нём много вещей,



Деловое общение и бизнес-этикет

которыми редко пользуются. Не менее важное требование к одежде - её опрятность, аккуратность.

Слово «мода» происходит от латинского «модус» - мера, образ, вид, способ и означает господство в обществе в данный период определённых форм, касающихся различных сторон быта (главным образом одежды) и обусловленных национальными традициями, сложившимися вкусами, уровнем достигнутого экономического и общественного развития производства и бытовых потребностей. В основе моды лежит стремление к усовершенствованию внешних форм быта.

Мода в деловом мире не есть что-то обязательное для всех. Однако если подавляющее большинство людей начинает носить одежду нового стиля, ваш консерватизм рискует оказаться смешным. В то же время слепое следование моде также нежелательно, поскольку в сверхмодно одетом человеке прослеживается желание казаться значимым, когда его истинное положение таковым не является. Мода должна соответствовать вашей индивидуальности.

Красиво и изящно одеться человеку поможет его вкус, выражающийся в умении подобрать фасон, покрой и цвет одежды, которые соответствовали бы особенностям его фигуры, лица, цвету волос, возрасту, времени года и назначению одежды.

Если вы спросите, что такое «деловой мужчина», вам вряд ли скажут что-то конкретное. Но если вы попросите описать, как он должен выглядеть, то подавляющее число ответов будет примерно начинаться так: «Это человек в костюме». Конечно, будут упомянуты и вежливость, и опрятность, подтянутый вид, и многие другие факторы. Но главным, неотъемлемым атрибутом его внешности практически единодушно и без запинки будет назван костюм. И это действительно так. Самая распространённая и наиболее признанная на сегодня одежда настоящих мужчин - это, несомненно, костюм. Можно с уверенностью сказать, что он стал «рабочей одеждой» современного делового человека во всех странах мира.

В рабочее время принято носить не слишком светлые костюмы. Тона костюмов в летнее время светлее, чем в зимнее. Тёмно-синий или тёмно-серый костюм в тонкую полоску - наиболее распространённый тип костюма для каждого случая. Дело в том, что иной раз трудно знать заранее, куда вас пригласят вечером и удастся ли вернуться в гостиницу или домой для того, чтобы переодеться. Лучше всего в качестве «базовой модели» приобрести себе костюм на каждый день, т.е. костюм из



Деловое общение и бизнес-этикет

материала неброского цвета в мелкую клетку или полоску, и другой костюм, более строгий, из материала темно-серого, тёмно-синего или чёрного цвета, в котором подобает присутствовать на мероприятиях праздничных или торжественных.

Если оба костюма умело подобрать по цвету, то в некоторых случаях их можно использовать, комбинируя один с другим. Эти два костюма может хорошо дополнить комбинированный костюм спортивного типа, на каждый день. Такой костюм теперь всё чаще надевают на работу. Он состоит из брюк и пиджака, которые могут отличаться по цвету и рисунку, но должны гармонично дополнять друг друга. Так, к пиджаку в клетку или полоску лучше всего подходят однотонные брюки, а к брюкам в клетку или в полоску - однотонный пиджак. Лёгкий костюм из хлопчатобумажной ткани или искусственного волокна для тёплого времени года стал теперь непременным реквизитом мужского гардероба. Материал такого костюма может быть одноцветным либо с рисунком, светлых или тёмных тонов - это зависит от имеющихся в вашем распоряжении сорочек и туфель, которые должны гармонировать по цвету с костюмом.

Полным не подходят светлые, так называемые «пастельные» тона, но если уж они используются, то желательно выбрать из них лишь «тёплые» (например, оттенки слоновой кости), так как холодные светлые тона - синеватый, зеленоватый - оптически увеличивают фигуру. Чёрный цвет рекомендуется, как правило, для торжественных случаев. Он особенно идёт светловолосым со свежей кожей. Чёрный цвет удачно сочетается и с другими цветами - белым, жёлтым, красным. Однако контрасты хороши для молодых, а людям зрелого возраста лучше избегать подобных сочетаний. Коричневый цвет хорошо смотрится в шерстяных тканях, а его оттенки - шоколадный и каштановый - подходят к светлой коже. Зелёный цвет многими несправедливо отвергается, хотя его тёплые оттенки - оливковый и липовый - неплохо освежают естественные краски лица. Жёлтый цвет очень избирателен, он хорош для лета. Синий цвет более других подходит для повседневной одежды. В сочетании с белым он молодит в любом возрасте, ведь белый цвет - король всех цветов. Для мужчин среднего роста и нормального телосложения ограничений в одежде не существует. Высоким, стройным идёт одежда из двух частей и из ворсистых тканей. Полная фигура требует осмотрительности при выборе, как материала, так и модели.

Особо хочется обратить внимание на то, что в ансамбле



Деловое общение и бизнес-этикет

мужской одежды велика роль сорочек. Сорочка всегда должна быть светлее самой тёмной нити в костюме. Пёстрые и клетчатые обычно носят без галстука. Если же с галстуком, то лучше - гладким. Сорочки спортивного типа застёгиваются под горло. Носить сорочки с короткими рукавами не следует, поскольку манжеты сорочки должны выступать из-под рукавов пиджака примерно на два сантиметра. На все виды приёмов рекомендуется надевать белую (не трикотажную) сорочку с крахмальным воротничком.

В костюме делового мужчины особая роль отводится галстуку. Галстук почти всегда отражает вкус владельца. Иногда выбрать его очень трудно, поэтому рекомендуется наряду с пёстрыми галстуками из шёлка, искусственного шёлка или искусственного волокна приобрести два-три шерстяных однотонных галстука, которые можно спокойно носить с любым костюмом. Однако универсальными цветами для галстука был и остаётся малиновый и бордовый. Чёрный галстук надевается только в знак траура или, если это положено, к форменной одежде. Выбор галстука зависит от цвета и рисунка ткани костюма, а также его фасона. К строгому деловому костюму подходят галстуки из натурального и искусственного шёлка. «Бабочки» приняты только в официальных случаях. Они должны быть выдержаны в изысканных тонах. Бант прикалывают только к праздничным и строгим костюмам. Будет ли бант однотонным или пёстрым, тёмным или светлым - это, прежде всего, зависит от назначения костюма. К костюму из ткани в мелкий рисунок подходит любой галстук. Будет правильно взять к пёstromу костюму однотонный галстук, если они гармонируют по тону. При этом надо следовать двум правилам. Либо подбирают галстук так, чтобы он был одного тона с костюмом, но светлее его или темнее, в результате чего цвет галстука и костюма будут дополнять друг друга, либо костюм и галстук должны быть контрастных тонов. Но этот контраст должен быть единственным в вашем туалете. Трудности возникают и в том случае, когда вы хотите надеть пёстрый галстук к костюму из ткани также с пёстрым рисунком. Общего правила, которого можно было бы придерживаться, здесь нет. Однако в этом случае следует иметь в виду, что рисунок костюма и галстука (например, полоска) не должен повторяться. И ещё одна рекомендация - можно комбинировать два отличающихся друг от друга рисунка, но не более. Галстук лишь тогда галстук, когда он правильно завязан, а не болтается на шее, как верёвка. Зажимы на галстуках не говорят о хорошем



вкусе, и их не носят те, кто одевается со вкусом. В крайнем случае, можно заколоть узел однотонного галстука булавкой.

Существуют всякого рода модные дополнения к костюму. Так, к праздничному тёмному костюму обязательны белая сорочка, чёрные туфли и чёрные носки. Из нагрудного кармана должен выглядывать уголок или краешек белого платка. К сугубо строгому костюму необходимо иметь и перчатки, которые в жаркую летнюю погоду можно держать в руке. Однако не следует слишком буквально истолковать понятие «строгий костюм». В тридцатиградусную жару даже на дипломатических приёмах иногда можно появляться в светлых костюмах. К комбинированному костюму (серые в полоску брюки, чёрный пиджак) надевают белую сорочку с двойными манжетами (манжеты и воротничок должны быть накрахмалены), серый галстук, черные туфли и темные носки.

Днём на работе вполне приемлем костюм клубного стиля, чаще всего это тёмно-синий пиджак с блестящими пуговицами. Настоящий клубный пиджак предполагает наличие эмблемы клуба на нагрудном кармашке справа.

Весьма значительна в мужской одежде роль шляпы, которую носят преимущественно с пальто или плащом для защиты от холода. Шляпа всегда должна соответствовать верхней одежде. Шляпы весной и летом носят более светлые, осенью и зимой - тёмные. Не рекомендуется носить велюровые шляпы, а также чётные шляпы к пальто и костюму не чёрного цвета.

Что касается обуви, то надо знать, что для строгих костюмов рекомендуется надевать туфли или ботинки тёмно-коричневого или чёрного цвета. Светло-коричневые или коричневые туфли совершенно не подходят к черному костюму, чёрные же туфли подходят к коричневому костюму. В летнее время к нетёмному костюму можно надевать цветную обувь. На приёмы нельзя надевать сандалеты или сандалии. Ботинки на толстой подошве, грубые спортивные ботинки и сандалеты подходят только к спортивной, но не к выходной одежде. Лакированные надеваются только к смокингу.

Перчатки лучше всего иметь светло-коричневые, поскольку они подходят к тёмно-коричневому или серому зимнему пальто. Черные перчатки надевают только к совсем тёмному пальто. Надевая праздничный костюм, лучше всего подобрать к нему матерчатые или кожаные перчатки нейтральных тонов. К деловому костюму следует подобрать и соответствующее пальто, которое не приобретают так часто, как другие предметы одежды,



хотя бы по чисто финансовым соображениям.

У начинающего политика или средней руки бизнесмена должно быть в гардеробе, по крайней мере, два пальто. Одно пальто - из лёгкой ткани такого фасона, чтобы его было удобно носить каждый день, и чтобы в холодную погоду к нему можно было пристегнуть тёплую подстёжку. Другое пальто - темного цвета - подойдёт для любых торжеств и официальных встреч.

Вместе с тем не нужно стараться подавить окружающих богатством своего костюма, свидетельствующим о вашей мощной кредитоспособности. В большинстве промышленно развитых стран тяжёлые золотые перстни, цепочки и браслеты, бросающиеся в глаза часы или излишняя пестрота галстука, могут только зародить подозрение в вашей несерьёзности.

Конечно, даже самому удачливому нашему дельцу пока невозможно тягаться с нефтяными шейхами или китайскими миллионерами из Гонконга, а все попытки казаться похожими на них только вредят, так как имитация богатства считается в деловом мире тяжёлым грехом.

Исторически сложилось так, что приёмы играют очень важную роль в развитии деловых контактов. Они проводятся с целью их углубления и расширения. А также получения нужной информации в неофициальной обстановке.

К одежде для приёмов предъявляются более строгие требования, чем к повседневному деловому костюму. Её выбор, прежде всего, определяется временем приёма.

На все виды приёмов, которые начинаются до 20 часов, можно надевать костюм любого неяркого цвета, если только приём не устраивается по случаю национального праздника, в честь или от имени главы государства, главы правительства или министра. На приёмы, устраиваемые по тем же поводам, но начинающиеся в 20 часов и позднее, рекомендуется надевать костюм черного или тёмного цвета.

Для вечерних приёмов используется фрак и смокинг, которые ранее служили исключительно вечерним костюмом. К смокингу надевают белую мягкую сорочку, чёрный жилет и галстук-бабочку, чёрные туфли и тёмные носки. Смокинг (однобортный или двубортный) шьют из тонкого сукна атласными отворотами; по швам брюк с внешней стороны проходит атласная тесьма - галун. Если вечером надевают фрак, то к нему полагается белый жилет, а в торжественных случаях - чёрный. К фракку надевают накрахмаленную или полунакрахмаленную машинку, белый галстук-бабочку (даже в случаях траура),



лакированные туфли, чёрные носки.

Фрак и смокинг надевают в том случае, если в пригласительном билете указано «вечерний костюм». Если указано «малый вечерний туалет», это значит, что приглашённый должен прийти в смокинге; если смокинга нет, то можно прийти в комбинированном вечернем костюме, но ни в коем случае нельзя появляться во фраке. В официальной обстановке пиджак должен быть застёгнут. Во время танца нижнюю пуговицу пиджака не застёгивают никогда. Расстегнуть пуговицы пиджака можно во время завтрака, ужина, обеда или сидя в кресле. Цвет мужских носков должен быть темнее цвета костюма, что создаёт переход от цвета костюма к цвету обуви. Наиболее подходящие цвета для носков - тёмно-синий, тёмно-серый, чёрный; носки в полоску или клетку не подходят. Если во время беседы мужчина сидит, закинув ногу на ногу, он должен следить за своими брюками, не допуская, чтобы выше носка была видна голая нога. Не принято качать ногой, обнимать колени руками. Также не прилично сидеть развалившись в кресле, покачиваться на стуле, сидеть на самом краю стула, кресла, дивана.

Всякие рефлекторные действия обязательно следует контролировать.



ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В наши дни профессиональный и политический навык сам по себе ещё не обеспечивает успешное осуществление коммерческих и политических проектов и не создаёт достойную репутацию в деловых кругах. Для этого необходимо уметь расположить к себе аудиторию, партнёров и клиентов, то есть создать свой неповторимый деловой имидж. Не только в коммерческой и политической деятельности, но и в любых других профессиях, требующих личного контакта, удачный имидж становится решающим фактором. Такой имидж очень важен и для служебной карьеры. Данные исследования показывают, что имидж либо повышает, либо разрушает шансы найти работу, не говоря уже о продвижении по служебной лестнице. Деловой имидж следует считать важной составной частью культуры делового общения, а обладание им - существенной личностной и профессиональной характеристикой любого серьёзного бизнесмена и политика. Суть создания такого имиджа состоит в том, чтобы заставить других людей видеть вас таким, каким вы пожелаете, и преподнести себя так, чтобы они восприняли ваш образ положительно. Основная цель таких усилий состоит в том, чтобы предельно использовать всё то хорошее, что заложено в человеке, и научиться избегать тех отрицательных проявлений, которые принижают его профессиональную, политическую и чисто человеческую репутацию.

Если говорить более обобщённо, то деловой имидж заключается в единстве всех форм его выражения. Именно их гармоничное сочетание и постоянство проявления делают стабильным доверие и уважение к деловому человеку со стороны его коллег, партнёров и клиентов, создают у них уверенность в его компетентности, деловитости, моральной и физической надёжности.

Ведение любого дела - это, прежде всего установление контактов, в которых, по подсчётам психологов, в 80 случаях из 100 своё отношение к другому человеку люди строят на основе первого впечатления, важнейшей составной частью которого является внешний вид.

В заключении ещё раз можно подчеркнуть, что главное в культуре деловой одежды мужчин и женщин, как на работе, так и на приёме - не ультра модность и роскошь, а чувство меры, вкус и целесообразность.

Подбор костюма, цветовая эстетика всей одежды



Деловое общение и бизнес-этикет

(рубашки, галстука, туфель, носового платка), умение «сидеть» в костюме - всё это требует самого серьёзного отношения. Даже такая мелочь - как пользоваться одеколоном и духами. Надо помнить французскую поговорку: «Кто пахнет слишком хорошо - тот пахнет дурно».

Также не маловажно: хорошие манеры делового человека при формировании его положительного политического и делового имиджа имеют не меньшее, а, пожалуй, большее значение, чем его внешний вид. Никогда не следует об этом забывать! Благодаря правильным манерам легче и приятнее работать и, кроме того, обладать хорошими манерами просто-напросто выгодно.