

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Блинова Светлана Павловна
Должность: Заместитель директора по учебно-воспитательной работе
Дата подписания: 21.03.2023 09:41:48
Уникальный идентификатор:
1cafd4e102a27ce11a89a2a7ceb20237f3ab5c65

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Норильский государственный индустриальный институт»
Политехнический колледж

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ И КОНТРОЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ

по выполнению самостоятельной работы
заочного отделения

по дисциплине

«Этика служебных отношений»

для специальности

23.02.03 Техническое обслуживание и ремонт автомобильного транспорта

Методические указания по выполнению самостоятельной работы заочного отделения по дисциплине «Этика служебных отношений» для специальности 23.02.03 Техническое обслуживание и ремонт автомобильного транспорта

Организация-разработчик:

Политехнический колледж ФГБОУ ВО «Норильский государственный индустриальный институт»

Разработчик

Горон Ю.Ю., преподаватель ПТК НГИИ

Рассмотрена на заседании цикловой комиссии
социально-гуманитарных дисциплин

Председатель комиссии

Ю.Ю. Горон

Утверждена методическим советом политехнического колледжа ФГБОУ ВО «Норильский государственный индустриальный институт»

Протокол заседания методического совета № _____ от « ____ » _____ 20__ г.

Зам. директора по УР

С.П. Блинова

1 Пояснительная записка

Дисциплина «Этика служебных отношений» является дисциплиной, которая входит в общий гуманитарный и социально-экономический цикл и формирует знания и умения выпускника.

Развитие современного общества, его экономики, науки, культуры требует все чаще говорить о профессионализме как мериле деловых качеств специалиста. Подлинный профессионализм непременно включает в себя нравственную доминанту: понимание специалиста своего профессионального долга, моральной ответственности, серьезное отношение к вопросам профессиональной чести.

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

знать:

- нормы и принципы этики государственного служащего;
- современные требования, предъявляемые к служащим;
- функции и элементы культуры управления;

уметь:

- определить форму поведения и общения в служебных ситуациях;
- владеть коммуникативными навыками устной и письменной речи;
- оформлять служебную документацию в соответствии с требуемыми этическими нормами;
- использовать полученные знания в практике делового общения.

освоить компетенции:

- ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.

- ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.

- ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.

- ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.

- ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.

- ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.

- ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.

- ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.

- ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.

Методические указания ориентируют обучающегося на содержание курса, его объем, порядок изучения материала.

Обучающимся заочной формы обучения, приступая к выполнению контрольных заданий, следует проработать теоретический материал и ответить на вопросы для самопроверки, привлечь при написании контрольной работы источники литературы, указанные преподавателем.

2 Требования, предъявляемые к написанию контрольных работ

Методические указания по выполнению контрольных работ разработаны для обучающихся заочной формы обучения для всех специальностей.

В рамках изучения данной дисциплины предусматривается:

- чтение лекций, в которых определяются базовые положения темы, освещается степень разработанности и существующие проблемы их изучения, раскрываются способы научного анализа исследуемых феноменов;

- самостоятельное изучение тем, которые предполагают конкретизацию и углубленную проработку лекционного материала, акцентирование практической направленности полученных знаний, освоение и закрепление изучаемых вопросов посредством решения как теоретических, так и практических задач. А также проведения контрольных работ для оценки качества освоения дисциплины.

Данное методическое руководство к написанию контрольных работ ставит своей задачей помочь обучающегося овладеть базовыми знаниями, умениями и навыками в рамках изучаемой дисциплины «Этики служебных отношений». Основной целью изучения данной дисциплины научить обучающихся самостоятельно анализировать социально-экономические и политические процессы, протекающие в современном мире, придать их мировоззрению практически-гуманистическую направленность.

Тематика контрольных работ в настоящем руководстве составлена таким образом, что охватывает главные аспекты изучаемой дисциплины.

При подготовке и выполнению контрольных работ первым и наиболее важным шагом является внимательное изучение тех вопросов, которые затрагиваются в рассматриваемой теме. Поэтому для успешного выполнения контрольного и домашнего задания необходимо, прежде всего, хорошо понять формулировку темы, а затем обратиться к рекомендуемым источникам для последующего изучения в рамках самостоятельной работы обучающегося.

Методические указания по выполнению контрольных работ по дисциплине «Этика служебных отношений» разработаны в соответствии с требованиями Государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования в Российской Федерации к обязательному минимуму содержания и уровню подготовки специалиста.

Контрольная работа должна состоять из содержания (плана), текстовой части и списка использованных источников. Она должна иметь титульный лист, который оформляется в соответствии с принятыми правилами. Текст размещается на листах стандартного формата (А4), на одной стороне листа. Поля: левое - не менее 20 мм, правое - не менее 10 мм, верхнее - не менее 20 мм, нижнее - не менее 20 мм.

Отступ красной строки: 1,25 см (5знаков).

Междустрочный интервал: 1,0 см (одинарный).

Шрифт: Times New Roman.

Размер: 14.

На титульном листе указывается название образовательного учреждения, дисциплина, шифр и название специальности, тема реферата, Ф.И.О. автора, Ф.И.О. преподавателя.

Текст должен быть четким и разборчивым. Произвольное сокращение слов не допускается. Все заимствованные данные сопровождаются ссылками на источники (постраничные или концевые сноски с соблюдением библиографических требований). Все цитаты и ссылки на других авторов, использованные в работе должны быть соответствующим образом оформлены. Прямое цитирование «берется» в кавычки, далее в квадратных скобках идет ссылка на источник (номер источника в списке использованных источников). Ссылки на исследователей и авторов литературы отмечаются указанием в квадратных скобках номера источника, в которых раскрывается содержание материала.

Объем контрольной работы - не менее 10 страниц через полтора интервала (или 10 - 20 страниц рукописного текста в зависимости от почерка). Желательно, чтобы контрольная работа была выполнена на компьютере.

Контрольная работа оценивается в соответствии с полнотой систематизации важного теоретического материала, проверке определенных теоретических концепций и гипотез. Поверхностное изложение вопроса рассматривается как недостаток работы.

Полученный материал может быть использован в учебном процессе, а также в научно-исследовательской работе.

Завершается подготовка контрольной работы или реферата защитой, которая производится в присутствии учебной группы. Ему могут быть заданы вопросы, связанные с его работой, на которые требуется дать аргументированные ответы.

На титульном листе должна содержаться следующая информация:

**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение
высшего образования
«Норильский государственный индустриальный институт»
Политехнический колледж**

КОНТРОЛЬНАЯ РАБОТА

по дисциплине
«Этика служебных отношений»

Специальность

Вариант работы _____

Выполнил: обучающийся заочного отделения
группы

(подпись, фамилия, инициалы)

Дата сдачи: _____

Проверил преподаватель: _____
(подпись, фамилия, инициалы)

Дата проверки: _____

Оценка: _____

2018

При составлении списка использованных источников необходимо следовать общим правилам. Все источники располагаются в списке в алфавитном порядке по первой букве фамилии автора, при отсутствии автора – по первой букве названия книги, статьи.

Титульный лист является первой страницей, но не нумеруется. Нумерация страниц начинается со второго листа.

3 Тематический план

	Наименование разделов и тем
Введение	
Раздел 1	Теоретические основы этики деловых отношений
Тема 1.1	Сущность этики деловых отношений
Тема 1.2	Основные принципы этики деловых отношений
Тема 1.3	Принципы и нормы нравственного поведения руководителя
Раздел 2	Деловое общение. Правила и этикет деловых отношений
Тема 2.1	Деловое общение: понятие, структура.
Тема 2.2	Виды и формы делового общения
Тема 2.3	Основы деловой риторики и культура речи.
Тема 2.4	Этический аспект использования средств выразительности деловой речи
Тема 2.5	Деловая беседа как основная форма делового общения
Тема 2.6	Основные правила подготовки и проведения публичного выступления
Тема 2.7	Основные правила подготовки и проведения служебного совещания.
Тема 2.8	Критика и ее этические аспекты
Раздел 3	Правила и этикет деловых отношений
Тема 3.1	Этические нормы делового письма
Тема 3.2	Этические нормы телефонного разговора
Тема 3.3	Этические правила приветствия, представления. Титулирование.
Тема 3.4	Визитные карточки в деловой жизни.
Тема 3.5	Правила поведения в общественных местах.
Тема 3.6	Внешний облик делового человека
Тема 3.7	Этикет деловых приемов
Тема 3.8	Национальные особенности делового этикета.

4 Содержание теоретического раздела дисциплины

Введение

Содержание дисциплины и ее задачи. Место дисциплины в структуре образовательной программы по специальности. Значение курса для подготовки специалистов по специальности.

Раздел 1 Теоретические основы этики деловых отношений

Тема 1.1 Сущность этики деловых отношений

Культура. Мораль. Этика. Этикет. Профессиональная этика. История развития этики. Содержание этики деловых отношений.

Под этикой в широком смысле понимается система универсальных и специфических нравственных требований и норм поведения, реализуемых в процессе общественной жизни. Соответственно, этика деловых отношений выделяет одну из сфер общественной жизни.

Базируясь на общечеловеческих нормах и правилах поведения, этические нормы служебных отношений имеют некоторые отличительные особенности.

Работодатели уделяют все большее внимание вопросам этики деловых и личностных взаимоотношений при отборе персонала и его приеме на работу, в процессе непосредственного выполнения сотрудниками своей профессиональной роли. Понятие «профессиональная роль» включает в себя не только способности к выполнению должностных обязанностей, но и навыки взаимоотношений с внешним окружением (коллегами, руководством, подчиненными, клиентами, партнерами и др.) в процессе реализации, зафиксированных для конкретной должности профессиональных задач или функций. Соблюдение этики деловых отношений является одним из главных критериев оценки профессионализма, как отдельного сотрудника, так и организации в целом.

Использование норм и правил этики деловых отношений воспринимается окружающими благожелательно в любом случае, даже если человек не обладает отработанными навыками применения правил этики. Эффект восприятия усиливается многократно, если этическое поведение становится естественным и ненарочитым. Это происходит тогда, когда правила этики, являются внутренней психологической потребностью человека, а также отработаны в процессе систематического тренинга.

Известна древняя мудрость: «относись к другому так, как ты хочешь, чтобы относились к тебе». Дальнейшее описание норм и правил этики деловых отношений раскрывает сущность приведенного высказывания: т.е. другими словами, отвечает на вопрос: какого отношения к себе мы хотим?

Вопросы для самоконтроля

- 1 Понятие культура.
- 2 Дать определение понятию мораль.

- 3 Что такое этика?
- 4 Что такое этикет?
- 5 Какова сущность профессиональной этики?
- 6 История развития этики.
- 7 Содержание этики деловых отношений.

Литература: [6, с.1-10]

Тема 1.2 Основные принципы этики деловых отношений

Принципы этики деловых отношений – обобщенное выражение нравственных требований, выработанных в моральном сознании общества, которые указывают на необходимое поведение участников деловых отношений.

Современная деловая этика основывается на трех важнейших положениях:

- создание материальных ценностей во всем многообразии рассматривается как изначально важный процесс;
- прибыль и другие доходы рассматриваются как результат достижения различных общественно значимых целей;
- приоритет в разрешении проблем, возникающих в деловом мире, должен отдаваться интересам межличностных отношений, а не производству продукции.

В работе американского социолога Л. Хосмера сформулированы современные этические принципы делового поведения, опирающиеся на аксиомы философской мысли, прошедшие многовековую проверку теорией и практикой. Обучающегося необходимо изучить эти принципы.

Национальный фонд «Российская деловая культура» разработал документ «Двенадцать принципов ведения дел в России». Обучающегося необходимо изучить эти принципы.

Общие этические принципы деловых отношений должны быть использованы для выработки любой организацией и руководителями собственных этических систем.

Вопросы для самоконтроля

- 1 Что в себя включает понятие «принципы этики деловых отношений»?
- 2 Перечислите современные этические принципы, сформулированные Л.Хосмером, и раскройте суть каждого из них.
- 3 Перечислите группы этических принципов, включенных в документ «Двенадцать принципов ведения дел в России», и состав принципов каждой из этих групп.

Литература: [6, с.8-15]

Тема 1.3 Принципы и нормы нравственного поведения руководителя

Стили руководства

Взаимоотношения руководителя и подчиненного стали предметом многочисленных исследований зарубежных и отечественных ученых, занимающихся проблемами эффективности управления.

Были выделены основные стили руководства, отражающие характер этих отношений:

1 Авторитарный (автократический, административный, волевой, директивный).

2 Демократический (коллегиальный, товарищеский).

3 Нейтральный (анархический, либеральный, попустительский).

Дать характеристику каждого стиля, описать условия, необходимые для внедрения того или иного стиля руководства.

Выбирая тот или иной стиль, руководитель должен правильно оценить ситуацию, иметь четкое представление о способностях подчиненных, о своих возможностях, хорошо понимать цели организации, быть достаточно информированным и т.д.

В последнее время делаются «попытки построения более современных стилевых конструктов».

Одним из вариантов современного эффективного руководства признается соучастие (или партисипативное управление). Описать основные черты данного стиля.

По мнению исследователей, этот стиль, как и другие, может быть использован только при наличии определенных условий. Назвать три группы факторов.

Реализации соучаствующего стиля препятствует целый ряд моментов. Указать каких.

Базовые моральные принципы управленческой деятельности

Основой философии, определяющей характер управленческой деятельности, регулирующей отношения в системе «руководитель – подчиненный» должны стать базовые этические принципы и моральные ценности, получившие распространение во всем мире: признание и защита прав и свобод человека и гражданина, общий нравственный принцип человеческого взаимодействия, этический принцип гуманизма, принцип справедливости, принцип ответственности, принцип законности. Охарактеризовать вышеперечисленные этические принципы.

Нравственные нормы служебного поведения

Чтобы реализовать эти принципы, надо придерживаться определенных нравственных норм служебного поведения:

Единая мораль для всех, единство слова и дела каждый человек заслуживает уважения, проявление внимания к подчиненным. Охарактеризовать указанные нравственные нормы. Указать к чему может привести нарушение данных норм.

Описать образцы нравственного поведения руководителей в наиболее типичных конкретных ситуациях. Этические требования к вознаграждениям (конкретность, безотлагательность, достижимость и т.п.)

Формы распоряжений. Факторы, влияющие на выбор правильной формы распоряжения. Этические требования к ним.

Этические правила поведения сотрудников

Эти правила сформулированы психологами, а также специалистами в области менеджмента: например, не следует пытаться навязывать руководителю свою точку зрения или командовать им; нельзя разговаривать с начальником в приказном категоричном тоне. Не рекомендуется при общении с ним использовать только ДА или только НЕТ предвидеть. Описать эти правила.

Таким образом, служебная субординация не исключает, а, наоборот, предполагает уважительное отношение сторон друг к другу. Но следует отметить, что субординационные отношения нередко приводят к нарушению и искажению нравственных требований и норм в общении. Часто работники проявляют раболепие, угодничество перед начальством и высокомерие, чванство, хамство перед своими подчиненными.

Умение найти оптимальный вариант служебных отношений по вертикали и горизонтали является большим искусством руководителя.

Формы обращения

Особенностью русского языка является наличие в нем двух местоимений – ТЫ и ВЫ, которые являются формой обращения. Выбор той или иной формы определяется определенными обстоятельствами. Описать эти обстоятельства.

Вопросы для самоконтроля:

- 1 Перечислите стили руководства и расскажите об особенностях каждого.
- 2 Назовите базовые моральные принципы управленческой деятельности.
- 3 Перечислите нравственные нормы служебного поведения.
- 4 Расскажите о нравственном поведении руководителей в наиболее типичных конкретных ситуациях.
- 5 Перечислите этические правила поведения сотрудников.
- 6 Рассказать об особенностях ТЫ и ВЫ обращения при общении.

Литература: [2, с. 298 - 326]

Раздел 2 Деловое общение

Тема 2.1 Деловое общение: понятие, структура

Общение – многоплановый процесс развития контактов между людьми, порождаемый потребностями совместной жизнедеятельности.

В едином процессе общения выделяют три стороны:

- коммуникативную (обмен информацией);
- интерактивную (взаимодействие общающихся);
- перцептивную (восприятие).

Коммуникативная сторона общения предполагает обмен информацией, увязанной с конкретным поведением собеседников. Роль значимости информа-

ции. Коммуникативные барьеры: барьеры непонимания, барьеры социально-культурного различия, барьеры отношений.

Любая поступающая к человеку информация несет на себе элемент воздействия по его поведению, мнению, желанию, с целью их частичного или полного изменения. Человек может противиться получению нежелательной для него информации, защищаясь и от источника информации, и от самого общения, т.к. они могут нарушить его представление о себе, образ мыслей, отношение к другим людям и т.п. Эта защита от информации может проявляться в виде «избегания» или своеобразного «непонимания» самого сообщения (индивид уклоняется от контактов с определенными людьми, не слушает собеседника в процессе разговора, использует любой предлог для его прекращения. (так реагирует заядлый алкоголик на информацию о вреде алкоголя).

Интерактивная сторона общения заключается в организации взаимодействия между индивидами, т.е. в обмене не только знаниями и идеями, но и действиями. Общение почти всегда предполагает некоторый результат – изменение поведения и деятельности других людей. Здесь общение проявляется как межличностное взаимодействие, т.к. совокупность связей и взаимовлияний, складывающихся благодаря совместной деятельности людей.

Человек ступает во взаимодействие с другими людьми, руководствуясь определенными мотивами. Обучающийся необходимо указать эти мотивы и дать им характеристику.

При интерактивном взаимодействии партнеров различают: сотрудничество, противоборство, уклонение от взаимодействия, однонаправленное содействие, контрастное взаимодействие, компромиссное взаимодействие (охарактеризовать указанные виды взаимодействия).

Интерактивная сторона общения – психологическое воздействие, проникновение одной личности (или группы лиц) в психику другой личности (или группы лиц). Целью или результатом этого проникновения является изменение индивидуальных или групповых психологических явлений (взглядов, отношений, мотивов, установок, состояния).

Перцептивная сторона общения означает процесс восприятия друг друга партнерами по общению и установления на этой почве взаимопонимания. В процессе восприятия формируется представление о намерениях, мыслях, способностях, культуре. В этот процесс включены как минимум два человека, и каждый сопоставляет себя с другим, принимая в расчет не только потребности, мотивы и установки другого, но и то, как этот другой понимает собственные потребности, мотивы и установки. Человек осознает себя через другого посредством **механизмов перцепции**, к которым относятся: идентификация, стереотипизация, эмпатия, аттракция, рефлексия, каузальная атрибуция. Обучающийся необходимо охарактеризовать каждый механизм.

У каждого человека, по мнению психологов, есть излюбленные схемы причинности (привычные объяснения чужого поведения). Описать какие.

Таким образом, общение представляет собой сложный многосторонний процесс, эффективность которого обеспечивается умением сторон предвидеть и преодолевать барьеры непонимания, прогнозировать поведение партнеров.

Вопросы для самоконтроля

1 Какие виды коммуникативных барьеров вы знаете? Каковы причины их возникновения?

2 В чем сущность коммуникативной, интерактивной и перцептивной сторон общения?

3 Какую роль имеет обратная связь в деловом общении?

Литература: [6, с. 108-144]

Тема 2.2 Виды и формы делового общения

Деловое общение – процесс взаимосвязи и взаимодействия, в котором происходит обмен деятельностью, информацией и опытом. Деловое общение отличается от общения в широком смысле тем, что в его процессе ставятся цель и конкретные задачи, которые требуют своего решения. В деловом общении невозможно прекратить взаимоотношения с партнером (по крайней мере, без потерь для обеих сторон).

Значительную часть делового общения занимает служебное общение, т.е. взаимодействие людей в рабочее время, в стенах организации. Но ведь деловое общение – понятие более широкое, чем служебное. Оно происходит не только в организациях между сотрудниками, но и с посетителями, сторонними организациями, на различных деловых приемах, семинарах, выставках и т.д.

Деловое общение можно разделить на прямое и косвенное (привести характеристику каждого).

Различают два вида делового общения: вербальное и невербальное. Охарактеризовать.

Выделяют три основных стиля ДО: ритуальный, манипулятивный, гуманистический (главные задачи каждого стиля, особенности)

Кроме этого, каждому человеку присущ свой индивидуальный стиль – своя модель поведения или общения, который накладывает на его действия в любых ситуациях. Перечислить характеристики индивидуального стиля.

Деловое общение реализуется в следующих основных формах:

- деловая беседа, деловые переговоры, спор, деловое совещание, публичное выступление, деловая переписка. Привести краткие характеристики указанных форм делового общения.

В деловом общении особенно во взаимодействии руководителей и подчиненных используются такие методы воздействия, как поощрение, критика, наказание. Основные этические требования к ним.

Управление общением – это многообразные формы и методы управления взаимодействием людей.

В процессе ДО (здесь и далее – деловое общение), благодаря установившимся контактам, происходит восприятие людьми каких-то сведений, настроений, распространение или пресечение слухов, поддержка источника информации и т.п. Поэтому все деловые люди должны владеть техникой живого контакта, умением обращаться со словом.

При общении происходит взаимодействие как минимум двух личностей, общение – вид самостоятельной человеческой деятельности, универсальный способ познания других людей, их внутреннего мира. Благодаря деловому общению работник приобретает свой неповторимый набор личностно-деловых качеств.

Функции делового общения:

- организация совместной деятельности;
- формирование и развитие межличностных отношений;
- познание людьми друг друга.

Существуют социально-психологические методы управления общением: заражение, внушение, подражание, убеждение, принуждение. Дать определение терминам, указать на чем основывается каждый метод, в чем схожесть и отличие, привести примеры.

В общении перечисленные методы применяются как взаимосвязанная система. Найти свой стиль в общении с людьми – важное условие успеха.

Перечислить факторы, влияющие на выбор стиля общения:

Виды делового общения: менторский, конфронтационный, информационный (характеристика каждого вида, в каких случаях используется, указать положительные и отрицательные стороны).

Вопросы для самоконтроля

- 1 Сущность стиля общения.
- 2 Перечислить основные формы делового общения, раскрыть их суть.
- 3 Какие методы используются в процессе делового общения для воздействия на партнеров?
- 4 Что такое управление деловым общением?
- 5 Раскройте сущность методов управления общением.
- 6 Охарактеризуйте виды ДО работников организации.
- 7 Перечислите принципы делового общения и раскройте их сущность.

Литература: [6, с. 118-129]

Тема 2.3 Основы деловой риторики и культура речи

В речевой деятельности можно выделить три стороны: содержательную, выразительную и побудительную. Охарактеризовать каждую сторону. От уровня речевой культуры, охватывающей содержательную, выразительную и побудительную стороны, зависит степень восприятия речи слушателями.

К числу основных показателей культуры речи в деловом общении можно отнести: словарный состав, словарный запас, произношение, грамматика, стилистика. Этические требования к указанным показателям.

Риторика – теория красноречия. Деловая риторика – прикладное направление общей риторики, ориентированное на обеспечение руководителей и специалистов правилами обращения со словом.

Красноречие – важнейший признак профессиональной пригодности современного руководителя. Для того, чтобы научиться искусству говорить, надо освоить основные принципы речевого воздействия: доступность, ассоциативность, сенсорность, экспрессивность, интенсивность. Охарактеризовать каждый принцип.

Принципы коммуникационного общения обретают наибольшую выразительность при умелом использовании риторического инструментария – набора коммуникационных эффектов. Указать назначение риторического инструментария. Назвать эффекты, охарактеризовать каждый.

В процессе коммуникационного общения надо помнить, что слово – один из важнейших элементов воздействия на подчиненных в процессе управления. Речь может вызвать положительные и отрицательные эмоции, в результате меняется настроение и работоспособность.

Перечислить этические советы специалистам и руководителям по обращению со словом.

Вопросы для самоконтроля

- 1 Риторика.
- 2 Деловая риторика.
- 3 Красноречие. Принципы речевого воздействия.
- 4 Использование риторического инструментария – набора коммуникационных эффектов.

Литература: [6, с. 118-129]

Тема 2.4 Этический аспект использования средств выразительности деловой речи

Даже самое интересное по содержанию выступление может оставить слушателей равнодушными. Для того, чтобы этого не произошло, надо знать и разумно пользоваться интонационными средствами, делающими речь более выразительной, а значит и более запоминающейся, убедительной.

1 Логическое ударение, которое выражается в том, что нужное слово (или связка слов) произносится повышенным тоном или, наоборот, пониженным. Средством ударения может быть остановка речи до или после слова, требующего логического (смыслового ударения).

2 Логическая пауза. Речь состоит из слов, объединенных по смыслу в группы, которые отделяются логическими паузами одна от другой. Пауза далеко не всегда точно соответствует знакам препинания. Логические паузы и логические

ударения подчеркивают значимость высказанной мысли, заставляют слушателей обратить на нее внимание.

3 Средством интонационной выразительности является также в разной степени повышение или понижение голоса, т.е. изменение его высоты. (Именно таким образом обозначаются в устной речи знаки препинания.)

Существует ряд средств, кроме рассмотренных ранее интонационных, позволяющих придавать речи выразительность, экспрессивность. Это:

Тропы – такие речевые обороты, в которых слова, словесные конструкции употреблены в переносном смысле; этим достигается эстетический эффект выразительности речи. К тропам относятся эпитеты, метафоры, гиперболы, метонимии, литоты, перифразы, сравнения, синекдохи.

Эпитет – слово, подчеркивающее то или иное свойство, признак или характерную черту явления или процесса. Например, «Яркая, впечатляющая речь депутата потрясла присутствующих». Слово «яркая» является в данном тексте эпитетом.

Метафорой называется слово или словесная конструкция, употребляемая в переносном значении, и подчеркивающая сходство двух явлений или процессов. Например: «В настоящее время наблюдается вымывание дешевых товаров из торгового ассортимента». Слово «вымывание» - метафора.

Чаще всего употребляются метафоры, основывающиеся на ассоциациях по сходству, поскольку именно эти ассоциации являются несложными и легко возникающими в сознании как говорящего, так и его слушателей. Например: «Сделав сильный скачок в сторону увеличения полей шляпы, мода как бы остановилась перед другими требованиями: высокие прически, высокие воротники...»

Гипербола – образное выражение, имеющее своей целью преувеличение качества, свойства, особенности какого-либо предмета, процесса, явления. Гипербола позволяет выделить главное, подчеркнуть мысль, нужную докладчику, обратить на нее особое внимание слушателей.

Метонимия – наложение прямого смысла слова и его переносного значения, причем то и другое связаны между собой не сходством, а смежностью, соседством. Употребляется метонимия для придания речи разговорно-бытового стиля. Например: «Я три тарелки съел!» (И.А. Крылов «Демьянова уха»).

Литота – стилистическая фигура, смысл которой в преуменьшении какого-либо свойства или качества предмета, явления, процесса. Например: «Денег – кот наплакал».

Перифраза – словесная конструкция, описательный оборот речи, смысл которого в том, что подлинное название предмета, процесса, явления, человека, заменяется на его описание, определение, причем данное описание и определение должны исключать иное толкование. Например: «Солнце русской поэзии» - имеется в виду А.С. Пушкин, и только он.

Сравнение – сопоставление двух процессов или явлений; как правило, то явление (процесс), с которым сравнивают, должно быть или более выразительным, или более знакомым слушателям.

Например: «Тогда все жители, и малый, и большой,

Часа не тратя, собралися
И вон из стен московский поднялися
Как из улья пчелиный рой».

(И.А. Крылов, басня «Ворона и курица»)

Синекдоха – разновидность тропа, представляющая выявление целого через его часть или употребление одного числа вместо другого. Например: «Швед, русский – колет, рубит, режет» (А.С. Пушкин).

Аллегория – иносказание; чаще всего применяются при изображении абстрактного, отвлеченного понятия. С помощью аллегории облегчается восприятие этого отвлеченного понятия, поскольку оно передается с помощью реального, хорошо знакомого образа, например: «Капиталы приходят в движение». Это название статьи об операциях коммерческого банка.

Образность речи. Стилистические фигуры

Перечисленными тропами не исчерпываются возможности сделать речь выразительной. Существуют и другие средства экспрессии: каламбур, фразеологический оборот и др.

Каламбур – игра слов. Его суть состоит в том, что путем использования смысла какого-либо слова или выражения в его буквальном значении, или на основе звукового сходства слов, или, наоборот, на базе многозначности слова, или путем «перелицовки» его данной конкретной фразе придается иногда юмористический, а иногда и едкий сатирический оттенок. В целом это делает речь более образной, впечатляющей, запоминающейся, доходчивой. Например: «Абсурд языка или язык абсурда?» Это название статьи, анализирующей речь персонажей Андрея Платонова.

Фразеологический оборот – это речевая конструкция, обычно краткая по составу, но за краткостью обычно стоит большое содержание, например: «колесница истории», «Держать в ежовых рукавицах», «убить двух зайцев», «сидеть между двух стульев» и т.п. Русский фразеологизм «родиться в рубашке», соответствует английскому «родиться с серебряной ложкой во рту». Фразеологизмы украшают речь, делают ее более свободной, раскованной, придают ей выразительность, эмоциональность. Употребление фразеологизмов должно быть умеренным и уместным, т.е. соответствовать общей направленности речи.

Наиболее известными стилистическими фигурами являются риторическое обращение и риторический вопрос.

Риторическое обращение адресовано не конкретному лицу или группе лиц, а некоему собирательному образу, например молодежи, студенчеству, интеллигенции. Обращение не рассчитано на непосредственную обратную связь, на сиюминутный ответ. Оно предполагает ответную реакцию в виде эмоционального отзыва, в дальнейшем превращающегося в мотив, побуждающий к тем или иным действиям, и создает наиболее благоприятный эмоциональный настрой и восприятие слушателей.

Риторический вопрос имеет то же предназначение, что и риторическое обращение, но у риторического обращения форма восклицательная, а у риториче-

ского вопроса форма вопросительная. «Доколе будем мы, друзья, терпеть все тяготы безвластья?»

Инверсия – ее суть в том, что обычный порядок слов заменяется необычным для смыслового и эмоционального содержания слов; тем самым внимание слушателей концентрируется именно на той мысли, которую хочет подчеркнуть выступающий, которую он хочет сделать центральной:

Например: «- Доброе утро, Иа! – сказал Пух.

- Доброе утро, медвежонок Пух! – уныло ответил Иа. Если оно доброе. В чем я лично сомневаюсь». (А.А. Милн. «Вини-Пух и все остальные»).

Параллелизм – заключается в том, что несколько предложений строятся как бы параллельно одно другому. Например: «Руководителю необходимо уметь сочетать в своей речи, с одной стороны, строгость, информативность, в какой-то мере даже академичность, с другой стороны, - эмоциональность, искренность, непосредственность».

Антитеза – представляет собой противопоставление различных понятий, реализуемое на уровне словосочетаний, предложений, фраз. Антитеза лежит в основе многих поговорок, пословиц, например: «Не в бровь, а в глаз»,

Умолчание – особенность этой стилистической фигуры в том, что часть фразы, слово, словесная конструкция опускается, не присутствует в тексте, но суть опущенного легко восстанавливается по смыслу. Цель этого приема может быть различной: желание избежать чего-либо неудобопроизносимого или подчеркнуть взволнованность, эмоциональное отношение говорящего к содержанию произносимых им слов. Например «Псари кричат: «Ахти, ребята, вор!» И в миг ворота на запор». (И.А. Крылов, басня «Волк на псарне».)

Эллипсис – опущение какого-либо члена предложения, легко восстанавливаемого из языкового контекста. Например, знаменитое: «Карету мне, карету!»

Как видно из определения двух последних стилистических фигур, разницы между ними практически нет.

Градация – представляет собой размеренный, постепенный переход от одного понятия к другому, расчленение на последовательно расположенные ступени. Например: «Сколько можно ждать, верить и надеяться?» Этот прием позволяет показать последовательное движение эмоций говорящего и пробудить соответствующий ход эмоций у слушающих.

Все экспрессивные языковые средства должны употребляться в системе, дополняя и оттеняя друг друга, воздействуя на слушателя, на его чувства и эмоции. Однако, употреблять их следует всегда обоснованно, имея вполне определенную цель, отдавая себе полностью отчет о необходимости использования именно данного средства речевой выразительности в деловой речи.

Вопросы для самоконтроля

1 Перечислите интонационные средства выразительности речи и раскройте суть каждого.

2 Какие речевые обороты называют тропами? Расскажите о них.

3 Что относят к разговорным оборотам речи?

4 Перечислите стилистические фигуры повышения выразительности речи.

Литература: [6, с. 149-154], [3, с. 182-191]

Тема 2.5 Деловая беседа как основная форма делового общения

Деловая беседа – процесс общения с использованием вербальной и невербальной связей, направленный на решение вопросов производственной деятельности.

Правила подготовки, и проведения ДБ представляют собой основные действия, предпринимаемые в определенной последовательности и взаимосвязи, направленные на достижение цели беседы и создание положительного образа участников.

Ошибки, допускаемые участниками ДБ:

- пренебрежение этапом подготовки к беседе, на котором закладываются возможные элементы будущей беседы;

- невнимательное отношение к отдельным, казалось бы незначительным, правилам ведения или подготовки беседы. (Например: отсутствие должного внимания к выбору места проведения беседы может привести к тому, что несоответствующая ситуации обстановка и даже взаиморасположение участников сведут на нет успешность деловой беседы).

Процесс ДБ можно представить схематично (см. рис.1) в виде основных действий, которые надо предпринимать в определенной последовательности и связи.

В процессе подготовки к беседе происходит моделирование хода беседы. При отработке формулировок понятий и суждений, определении последовательности и содержания аргументации и формировании состава участников беседы может проводиться анализ возможной ответной реакции собеседника. Успех ДБ во многом зависит от того, насколько точно вы сумеете предугадать позицию и интересы другой стороны.

При определении цели беседы формируется общая ее тактика, устанавливается степень жесткости собственной позиции, вероятности компромиссных решений и т.п. Перечисленные параметры беседы будут зависеть от того, является ли целью беседы:

1 установление истины, принятие решения на основе логики умозаключений;

2 склонение другой стороны к собственной точке зрения;

3 достижение результата любой ценой, даже путем манипулирования понятиями и мнениями сторон;

4 принятие компромиссного варианта решения, устраивающего какую-либо из заинтересованных сторон.

Информационная подготовка обеспечивает четкое, бесперебойное прохождение беседы и предполагает заблаговременный поиск и систематизацию необходимых документов, данных.

Предварительная отработка тех понятий и суждений, которые затрагивают предмет разговора, обеспечит уверенность собеседника в вашей компетентности и подготовленности.

Состав участников ДБ должен быть тем, который оговорен заранее. Привлечение к участию в беседе лиц, состав которых не был оговорен заранее, может вызвать неоднозначную реакцию у противоположной стороны.

Условия места и времени следует подбирать таким образом, чтобы они не отвлекали участников на какие-либо внешние факторы, мешающие нормальному ходу беседы.

Проведение беседы складывается из трех этапов: начального, основного и выхода из беседы. Деловые вопросы решаются легче, если создана атмосфера доброжелательности и доверительности, к чему должны быть приложены усилия хотя бы одного из участников в начале беседы. Такая атмосфера создается посредством, не относящихся к предмету ДБ фраз, обмен которыми настраивает человека на «волну» собеседника, позволяет несколько расслабиться в преддверии обсуждения серьезных вопросов. Начальный этап не должен быть растянут во времени.

Существует множество способов начать беседу, но практика выработала ряд «правильных дебютов»:

1 Метод снятия напряженности позволяет установить тесный контакт с собеседником. Достаточно сказать несколько теплых слов – и вы этого легко добьетесь. Достаточно спросить себя, а как бы хотели чувствовать себя в вашем обществе собеседники. Шутка, которая вызовет улыбку или смех присутствующих во многом способствует разрядке первоначальной напряженности и созданию дружеской обстановки во время беседы.

2 Метод «зацепки» позволяет кратко изложить ситуацию или проблему, увязав ее с содержанием беседы. В этих целях можно с успехом использовать какое-то небольшое событие, сравнение, личные впечатления, анекдотичный случай, необычный вопрос и т.п.

3 Метод прямого подхода означает непосредственный переход к делу без какого-то бы ни было вступления: мы вкратце сообщаем причины, по которым была назначена встреча, быстро переходим от общих вопросов к частному и приступаем к теме беседы. Этот прием является «холодным» и рациональным, он имеет прямой характер, и больше всего подходит для кратковременных и не слишком важных деловых контактов.

Беседа должна начинаться с «вы-подхода» - это умение человека, ведущего беседу, поставить себя на место собеседника, чтобы лучше его понять. Зададим себе следующие вопросы: что бы нас интересовало, будь мы на месте нашего собеседника; как бы мы реагировали, будь мы на его месте.

Вопросы собеседников. Информация не поступает к нам сама по себе. Для ее получения необходимо задавать вопросы. Они помогают активизировать участников беседы и направить процесс передачи информации в необходимое русло; предоставляют собеседнику возможность проявить себя, показать, что он знает. Нельзя забывать, что большинство людей по многим причинам неохотно

отвечают на прямые вопросы. Именно поэтому следует сначала заинтересовать собеседника. Существует 5 основных групп вопросов:

1 **Закрытые вопросы.** Это вопросы, на которые ожидается ответ «да» или «нет». Они способствуют созданию напряженной атмосферы в беседе, поэтому такие вопросы нужно применять со строго определенной целью. При постановке таких вопросов у собеседника складывается впечатление, что его допрашивают. Следовательно, такие вопросы нужно задавать не тогда, когда нам нужно получить информацию, а только в тех случаях, когда мы хотим быстрее получить согласие или подтверждение ранее достигнутой договоренности.

2 **Открытые вопросы.** Это вопросы на которые нельзя ответить «да» или «нет». Они требуют какой-то информации. Это вопросы «что?», «где?», «когда?», «как?», «почему?» и т.п. Эти вопросы задают тогда, когда нужны дополнительные сведения или, когда мы хотим выяснить мотивы и позицию собеседников. Основанием для таких вопросов является позитивная или нейтральная позиция собеседников по отношению к нам. В этой ситуации мы можем потерять инициативу, а также последовательность развития темы, так как беседа может повернуть в русло интересов и проблем собеседника. Опасность состоит также в том, что можно вообще потерять контроль над ходом беседы.

1 **Риторические вопросы.** С помощью риторического вопроса мы не собираемся получить ответ, мы только стараемся воздействовать на эмоции, чувства собеседника, склонить его к желаемому для нас решению. «Доколе будем мы, друзья, терпеть все тяготы безвластья?»

2 **Радикальные вопросы** можно выделить в числе практикуемых в ходе деловой беседы. Это вопросы, ответы на которые могут кардинальным образом повлиять на ход беседы и принятие решения обеими сторонами. Это вопросы типа: «Какое решение Вы принимаете по нашему предложению?» Прямо поставленный вопрос требует прямого ответа, и при такой постановке есть риск получить неблагоприятный ответ, и тогда уже будет труднее склонить противоположную сторону к согласию. Поэтому по возможности следует избегать такой постановки вопроса, даже если Вы почувствовали негативное отношение собеседника к Вашему предложению: пока не произнесено последнее решающее «нет», у Вас есть шанс получить «да», но когда Ваш собеседник сформулировал четкое «Я отказываюсь», отступить от этой позиции и перейти на другую ему будет труднее. Использовать такую форму вопроса следует лишь тогда, когда исчерпаны все другие, более мягкие возможности выяснить точку зрения собеседника; или тогда, когда Вы приняли решение такой формой вопроса несколько «испугать» его, показывая, что Вы устали от «незавершенки», от его нерешительности и ставите вопрос ребром, чтобы закончить беседу, придя, наконец, к какому-то определенному решению.

3 **Вопрос, подавляющий сопротивление.** Суть этой формы вопроса в том, что, желая убедить собеседника в чем-либо, не совсем для него приятном или приемлемом, или в чем-либо, с чем он не вполне будет согласен (как Вы ожидаете), свое малопринятое или малоприятное утверждение «упаковывайте» в форму вопроса, например: «Вы ведь не очень досконально знакомы с нашей снабжен-

ческой ситуацией, не так ли? Вашему собеседнику надо быть очень смелым человеком, чтобы ответить: «Нет, Вы ошибаетесь, я знаком с ней досконально».

Ни в коем случае нельзя употреблять в деловой беседе словосочетаний, выражений, имеющих хотя бы слабый оттенок неуважительности, неприязни, агрессивности.

Иногда беседа перестает быть спокойной, приобретает вид конфронтации. Нельзя идти по пути речевой конфронтации, даже если ваши взгляды разошлись окончательно и обоюдное согласие невозможно. Тем не менее, следует закончить беседу на позитивной позиции, подобрав соответствующие доброжелательные выражения. Недопустимо в ходе беседы вводить собеседника в заблуждение, недопустим обман. Нельзя умалчивать как о значительных, так и не очень значительных моментах, могущих повлиять в дальнейшем на ведение ваших совместных дел. Норма в деловой беседе – предельная честность в отношении в переговорах с партнером.

Во время беседы приходится не только говорить, но и слушать. Надо очень внимательно слушать собеседника, не отвлекаясь на посторонние дела, ни на обдумывание своих собственных идей ведения дальнейшего разговора. Следует только слушать, выделяя, улавливая слабые, уязвимые места в аргументации собеседника или возможность, успешной «состыковки» намерений обеих сторон, отмечая для себя нюансы в поведении.

Этап выхода из беседы не должен быть очень длительным. Он должен способствовать сохранению делового настроения участников и указывать в корректной форме на то, что все возможные результаты достигнуты, и лимит времени исчерпан.

Вопросы для самоконтроля

- 1 Перечислить функции и этапы деловой беседы.
- 2 Назовите «правильные» методы начала беседы и раскройте их суть.
- 3 Перечислите основные группы вопросов, задаваемых собеседнику, и раскройте суть каждой группы.
- 4 Какова последовательность и взаимосвязь действий, направленных на реализацию подготовки и проведения ДБ?
- 5 Каковы задачи начального этапа ДБ?
- 6 Что подразумевает хронологический принцип классификации этапов подготовки и проведения ДБ?

Литература: [6, с. 237-241], [3, с. 156-166]

Тема 2.6 Основные правила подготовки и проведения публичного выступления

Знание правил и обладание навыками риторики, т.е. теории построения, подготовки и доведения до слушателей публичного выступления в различных формах, позволяют смоделировать его ход, спрогнозировать возможную реакцию

слушателей, наметить способы использования стилистических форм повышения выразительности речи, основных правил культуры дискуссии.

Хорошо подготовленное публичное выступление – знак уважения к аудитории, возможность заявить о себе как о хорошем специалисте и культурном человеке.

Подготовка к публичному выступлению включает три основные группы правил, которые условно можно разделить по хронологическому принципу: предварительная отработка навыков риторики; непосредственная подготовка к публичному выступлению; изучение навыков поведения во время выступления.

Предварительная отработка навыков риторики может предусматривать искусственные приемы, позволяющие оратору поддерживать повседневную общую готовность к работе с аудиторией:

Выступление перед воображаемой группой слушателей с предварительно заданными тематикой и составом аудитории. Выбираемая для такого тренинга тематика выступления д.б. близка к сфере собственных профессиональных интересов (выступления на служебных совещаниях, переговорах с деловыми партнерами) Такое выступление позволяет оттачивать формулировки, логично и убедительно строить те или иные суждения и т.п. Искусственное изменение состава аудитории способствует созданию нескольких типовых вариантов тональности выступления, характера примеров, применения терминологии. В реальной обстановке оратору будет легче подстраиваться по конкретные условия.

Краткое изложение выбранного текста. По своей направленности этот прием аналогичен предыдущему. Выбранный текст может быть журнальной или газетной статьей и т.п.

Оба приема целесообразно применять с помощью доверенных лиц, которые выступление воспринимают на слух и смогли бы сделать свои замечания по стилю и форме изложения.

Доверенное лицо можно **заменить записью и анализом речи на аудио - и видеоносителях.** Воспринимая свое собственное выступление (как тренинговое, так и реальное) со стороны оратор, как правило, замечает собственные ошибки и имеет возможность их исправить в дальнейшем.

Отработка определения к.-л. терминов и понятий. Значительно проще построить выступление, делать логические связи и обобщения, если человек четко ориентируется в терминологии. Кроме этого, данный прием позволяет тренировать навыки общих логических заключений, точного и краткого построения фраз, стилистику выступления.

Использование опыта ведущих ораторов. Специалистам, которым по роду своей деятельности приходится часто выступать перед аудиторией, надо обратить внимание на те способы построения доклада, стилистику выступления хороших ораторов.

Непосредственная подготовка к публичному выступлению. Можно рекомендовать такую структуру выступления (она может корректироваться и наполняться конкретным содержанием в зависимости от тематики, регламента выступления, подготовленности слушателей и т.п.):

- вступление, стержневая идея доклада – формулируется кратко, по возможности ярко, чтобы вызвать интерес аудитории;
- краткая история рассматриваемого вопроса;
- тенденция развития проблемы;
- накопленный опыт решения рассматриваемых вопросов (положительный и отрицательный) эти структурные части (краткая история, тенденция развития и накопленный опыт) подводят слушателей к существованию предложений по решению поставленных задач. В совокупности они должны составлять от половины до двух третей продолжительности выступления, не заслоняя собой его основной структурной части;
- предложения по решению проблемы – основная часть выступления. Регламентов для нее отводится от одной трети до половины времени доклада;
- заключение. Рекомендуются повторить стержневую идею и в тезисной форме главные предложения по решению проблемы.

Такая структура выступления является типовой и может меняться в зависимости от интересов аудитории, тематики, регламента и т.п.

При подготовке к выступлению надо обратить внимание на использование цифрового материала. Абсолютные, объемные показатели плохо воспринимаются на слух аудиторией, поэтому их лучше представлять в виде наглядного табличного материала, а в речевом варианте лучше использовать цифровые данные в виде коэффициентов, процентов и т.п.

В ходе подготовки к встрече с аудиторией следует учитывать **правила изучения навыков поведения во время выступления.**

Поведение во время выступления должно способствовать достижению его целей, реализации подготовленного плана выступления, использованию продуманных заранее преимуществ устной речи. Поведение докладчика должно быть естественным.

Некоторые ораторы заранее на полях тезисов доклада делают соответствующие пометки, касающиеся отдельных элементов поведения. (Например: можно рекомендовать некоторым ораторам делать пометку «Следить за регламентом»).

Продуктивному анализу собственного поведения во время выступления может служить его видеозапись. Можно призвать на помощь «доверенное лицо», которое после доклада проведет разбор ошибок в вашем поведении.

Нередко о профессиональных качествах специалиста судят по его выступлению, которое в свою очередь, служит средством самореализации, является возможностью заявить о себе. Поэтому подготовку к выступлению надо считать важным этапом отработки навыков и правил риторики. Зачастую этот этап игнорируется из-за дефицита времени или излишней самоуверенности в собственных силах. Чего делать не стоит.

Вопросы для самоконтроля

- 1 Как следует понимать хронологический принцип группировки правил подготовки к выступлению?
- 2 Что может включать предварительная отработка навыков риторики?

- 3 Какой должна быть структура выступления?
- 4 Каковы целесообразные формы использования цифрового материала?
- 5 Каким образом следует совершенствовать навыки поведения во время выступления?

Литература: [6, с. 232-237]

Тема 2.7 Основные правила подготовки и проведения служебного совещания

Служебное совещание – один из эффективных способов привлечения сотрудников к процессу принятия решений, один из инструментов управления причастностью сотрудников к делам своего подразделения или организации в целом.

В мировой практике управления персоналом открытость информационной системы организации и причастность сотрудников к решению ее проблем становится одним из наиболее важных факторов мотивации трудовой деятельности. Проведение совещаний может рассматриваться как один из способов управления мотивацией. Поэтому пренебрежение совещаниями является характерной ошибкой руководителя.

В вопросе организации совещаний следует остерегаться и другой крайности – их чрезмерного количества и длительности. Известно, что любую хорошую идею можно дискредитировать формальным отношением к ее реализации.

Действенность совещания должна восприниматься в качестве этической нормы работы в коллективе, существенным актом внимания и уважительного отношения к сотрудникам со стороны организаторов совещания, которые в свою очередь должны:

- четко определить целевую направленность и предмет совещания;
- выбрать его оптимальный регламент (включая тематику, время, состав участников совещания и ответственных за его проведение);
- не сводить совещание к решению частных вопросов, которые можно решить «в рабочем порядке». При этом следует помнить, что служебное совещание – это, как правило, работа коллективного разума. Поэтому на него не следует выносить вопросы, требующие совместных интеллектуальных усилий всех участников рассмотрения той или иной проблемы.

При подготовке совещания нужно, прежде всего, определить степень его необходимости и постараться по возможности сократить его длительность. Для этого проводится несколько этапов подготовительной работы:

- подготовка нескольких вариантов проектов решений по вопросам повестки дня;
- рассылку проектов решений заинтересованным и компетентным в предлагаемых вопросах лицам с просьбой дать свое заключение к установленному сроку. Это заключение должно включать или принятие одного из проектов решения, или предложения по корректировке одного из приемлемых его вариантов, или собственную трактовку нового решения;

- обработку полученных от подразделений или отдельных специалистов заключений по проектам решений и проработку вопроса о необходимости проведения совещания.

При таком подходе совещание следует признать целесообразным, если мнение большинства заинтересованных и компетентных сторон не сводится к одному из предложенных вариантов решения проблемы.

Недопустимо проводить неподготовленное совещание – результатом его будет потеря времени и доверия к организатору, участники такого совещания почувствуют ущемленность собственного достоинства.

При определении цели совещания избегайте неконкретных формулировок. По своей целевой направленности совещания могут быть инструктивными, оперативными, проблемными.

Инструктивное совещание направлено на доведение до его участников какой-либо информации, постановку и совместное уточнение возникающих по поводу этой информации задач. Например: Определение сроков и рамочных условий разработки программы каких-либо мероприятий.

Оперативное совещание посвящено выяснению текущего состояния дел в организации, краткому обмену мнениями по существу вопросов, возникающих по ходу производственного процесса. Оно может быть направлено на выработку общей тактики действий различных звеньев организационной структуры в связи с текущими производственными задачами.

Проблемное совещание – наиболее сложный вид. В процессе такого совещания вырабатывается коллективное решение по комплексным вопросам, затрагивающим изменение функциональных задач звеньев структуры или их приспособление к новым направлениям деятельности организации. Проблемное совещание посвящено, как правило, формированию общей программы, имеющей элементы стратегии и длительные сроки реализации.

Необходимо разработать подробную повестку дня и регламент и разослать участникам совещания. Можно одновременно разослать и краткую письменную информацию по существу рассматриваемых на совещании вопросов.

Необходимо обеспечить присутствие на совещании тех специалистов, которые заинтересованы и компетентны в рассматриваемых на нем вопросах. Целесообразно предоставить право руководителям структурных подразделений определять, кто будет представлять его подразделение на совещании.

При разнородной повестке дня, когда затрагиваются вопросы различных звеньев структуры организации, рекомендуется применять принцип переменного состав участников совещания. Оптимизации состав участников совещания служит использование принципа «телефонного расстояния» до сотрудника, участие которого диктуется ходом совещания и необходимостью получения дополнительной информации от этого сотрудника.

При разработке регламента совещания надо помнить об организационно-психологических нормах его продолжительности. Установлено, что инструктивную информацию человек способен нормально воспринимать в течение 20-30 минут, продолжительность проблемного совещания не должны превышать 1,5 часа.

По истечении указанного времени у большинства людей заметно снижается умственная активность, способность восприятия и анализа поступающей информации.

Помещение для совещания должно быть вместительным, с хорошей вентиляцией. Взаимное расположение участников совещания не должно подчеркивать различий в их служебно-иерархическом статусе. В этом случае понятие «круглый стол» имеет прямой и переносный смысл как средство, обеспечивающее неприужденность взаимных контактов между людьми и их оптимальное пространственное расположение.

Для поддержания высокой активности участников совещание должно иметь перерывы.

Порядок выступления на совещании: от низшей должности участника к высшей, чтобы мнение предыдущего оратора не довлело над последующими выступлениями.

Ведущий совещание должен обеспечивать соблюдение этических норм поведения участников, оказывать влияние на корректность и деловую направленность выступлений.

Вопросы для самоконтроля

1 Назовите виды служебных совещаний и основные требования к определению их целей.

2 Каковы этические нормы выбора времени и места совещания? Раскройте основные рекомендации по оснащению помещения для служебного совещания.

3 Каковы правила выбора состава и числа участников совещания? В чем заключаются методы переменного состава участников совещания и телефонного расстояния до участников совещания?

Литература: [6, с. 245-250]

Тема 2.8 Критика и ее этические аспекты

Конструктивная критика – указывающие на недостатки в действиях какие-либо высказывания, основанные на соблюдении этических норм.

В процессе профессиональной деятельности многие сотрудники сталкиваются с необходимостью, а в ряде случаев и с желанием, высказать критические замечания в адрес своих сослуживцев, участников деловой беседы, переговоров и т.п. Роль руководителя какого-либо подразделения неизбежно связана с задачей критической оценки деятельности, поступков, поведения своих подчиненных.

В необходимости критического разбора работы сотрудников состоит одна из специфических функций руководителя любого ранга. Если он в силу каких-либо причин отказывается от ее выполнения, то это может стать прямым путем к снижению исполнительности и дисциплины во вверенном ему подразделении. Вряд ли существует какой-либо коллектив, деятельность которого настолько безупречна, что не нуждается в критических замечаниях со стороны руководителя.

С другой стороны, человеческая психика устроена таким образом, что практически любая критика в наш адрес воспринимается достаточно болезненно. Выполнение руководителем функций критического разбора деятельности и поведения сотрудников является зачастую источником обид, взаимных упреков, обострения отношений. Иногда одним из критериев отнесения руководителя к разряду так называемых трудных может быть именно выполнение критической оценки.

Многие специалисты, даже не находясь формально в ранге руководителя, должны выполнять ряд организационных, контрольных функций, связанных с необходимостью критического разбора выполняемых другими сотрудниками задач. Кроме того, в процессе совместной работы, совещаний, переговоров у одной стороны возникают претензии к другой стороне, к внешнему окружению. Причем, критика может быть вызвана как объективной, так и субъективной необходимостью. Объективная необходимость определяется отклонениями от формальных, организационно регламентированных процессов профессиональной деятельности, несоблюдением со стороны исполнителями каких-либо инструктивных предписаний. Если подобная взаимосвязь действий и регламентов не просматривается, то в этом случае можно говорить о субъективной необходимости критики. Другими словами, она определяется личностным восприятием руководителя (или другого критикующего лица) той или иной производственной ситуации. Субъективная критика может быть вызвана несоблюдением кем-либо этических норм и правил поведения.

Зачастую критика становится самоцелью, при этом человек не задумывается на ее результатами и позитивным влиянием на сложившуюся ситуацию. В данном случае критика служит средством снятия нервного напряжения, причем критикующей стороной не учитывается, каким образом это сказывается на критикуемом.

Вышесказанное указывает на то, что критика является достаточно сложным, ответственным элементом делового общения, часто приводящим к противоречивым последствиям.

Сталкиваясь с объективной или субъективной необходимостью критических замечаний в чей-то адрес, следует проявлять максимальную осторожность и корректность. На основе опыта человеческого общения выработаны определенные правила, несоблюдение которых сводит на нет усилия, направленные на критический разбор ситуации. Игнорирование, а чаще незнание правил критики, приводит к тому, что у критикуемой стороны возникает «защитный барьер», обида, чувство ущемленного достоинства. В результате даже полезная, объективная критика не воспринимается конструктивно.

Выполнение этических норм и правил критики позволяет сохранить нормальные взаимоотношения в коллективе.

Под **восприятием критики** понимается целостное мыслительное отражение человеком критических замечаний в свой адрес. Проводя критические высказывания через собственное сознание определенным образом, по определенным

принципам восприятия, можно тем самым нивелировать болезненность внутренней ответной реакции.

Говоря о **принципах** восприятия критики, будем предполагать, что ситуация осложняется незнанием или неиспользованием (неосознанным или сознательным) критикующей стороной этических правил, которые рассмотрены выше.

Восприятие критики должно быть направлено на то, чтобы убедить нас в принципиальном отсутствии бесполезных критических замечаний, - любая критика является формой помощи (пусть даже несколько специфической) в решении возникающих в процессе профессиональной деятельности проблем. Мы уже говорили, что критикующая сторона зачастую выбирает не совсем подходящие с этической точки зрения способы разбора наших действий. Эффективное восприятие критики предполагает абстрагирование от того, кто критикует и в какой форме. Следует выделить в критических замечаниях из деловую сущность и рациональное зерно.

Центральный принцип конструктивного и делового восприятия критики – отказ от навязчивого психологического стереотипа, заставляющего нас считать все то, что мы делаем, нормальным и не нуждающимся в совершенствовании. Следует рассматривать как наиболее ценную критику ту, которая направлена на обозначение несовершенства вещей, казавшихся приемлемыми. Всегда можно делать ту или иную работу лучше – постарайтесь принять эту точку зрения с позиции критикующей стороны. Воспринимайте любую критику с благодарностью (как бы это не казалось трудным и неестественным), ведь критикующий вас человек тратит свое время и усилия на прояснение ситуации. При этом он выражает свое отношение к вашим действиям открыто, а не у вас за спиной. Таким образом, критика позволяет выяснить отношение критикующего к другой стороне, к той проблеме, которая является предметом оценки.

Вопросы для самоконтроля

1 Объясните место и значение критики в процессе профессиональной деятельности.

2 В чем выражается значимость правил критики?

3 С чего должна начинаться беседа, содержащая элементы критики?

4 Назовите этические нормы проявления уважения к личности критикуемого?

5 Какое значение имеют правила восприятия критики и, каковы формы их практического использования?

6 Назовите основные принципы восприятия критики.

Литература: [6, с. 261-267], [3, с. 70-77]

Раздел 3 Правила и этикет деловых отношений

Тема 3.1 Этические нормы делового письма

Деловое письмо – документ, применяемый для связи, передачи информации на расстоянии между двумя корреспондентами, которые могут быть как юридическими, так и физическими лицами.

Общие требования написания деловых писем:

- бумага для ДП должна быть хорошего качества, абсолютно чистой, аккуратно обрезанной;

- желательно, чтобы бланк письма был с эмблемой организации, ее полным названием, почтовым и телеграфным адресом, телефоном, факсом, электронным адресом, банковскими реквизитами;

- письма оформляют на лицевой стороне листа, без помарок; все страницы, кроме первой нумеруются арабскими цифрами;

- ширина поля с левой стороны листа должна быть не менее 2 см, абзац начинается с красной строки с отступлением в пять интервалов от левого края строки;

- текст печатается через полтора интервала;

- обращение оформляют с левой стороны или по центру строки. Например «Уважаемый Иван Иванович»;

- после обращения требуется запятая, но часто ставят восклицательный знак, чтобы следующую фразу начать с красной строки и с заглавной буквы;

- заканчивается письмо словами благодарности за сотрудничество и выражением надежд на его продолжение;

- все деловые письма подписываются от руки, ручкой тем лицом, которое пишет письмо или можно пользоваться личной именной печатью. Подпись должна быть полной и всегда одинаковой .

- письмо складывается текстом внутрь, а наиболее важные письма негибаются, для чего посылаются в больших плотных конвертах;

- поздравление человека, которого вы хорошо знаете; соболезнования, благодарственные письма лучше писать от руки;

- на телеграфный запрос ответ дается в течение 3 дней, на письмо – 10; если письмо требует подробного рассмотрения, то в течение 3-х дней следует сообщить, что письмо принято к сведению и дать окончательный ответ в течении 30 дней.

К содержанию деловых писем предъявляются следующие требования:

- точность и ясность изложения – краткие слова, короткие фразы, короткие абзацы;

- максимальная доступность текста для понимания, употребление простых фраз, точно и однозначно выражающих суть;

- краткость, отсутствие лишних слов и пустых фраз, хотя короткое письмо составить труднее длинного;

- грамотность – соблюдение норм грамматики и правописания, а также требований делового этикета;

- корректность – деловой и вежливый стиль изложения, не исключающий живости и образности языка, оставляющий приятное впечатление о человеке

Составление резюме. **Резюме** – самохарактеристика – одно из самых эффективных средств саморекламы на рынке труда. Рассылая свое резюме в соответствующие организации, кандидат резко повышает свои шансы на успех. **Цель резюме** – привлечь внимание к себе при заочном знакомстве, произвести благоприятное впечатление и вызвать желание пригласить кандидата на личную встречу. Если внимание привлечь не удалось, значит, резюме не сработало. На основании резюме формируется первое и очень устойчивое мнение о человеке.

Американский стандарт, получивший наибольшее распространение в России, предполагает обратный хронологический порядок описания образования и опыта работы. Резюме могут быть краткими и подробными, если кандидат претендует на высокие руководящие должности или направляет их в агентства по трудоустройству. Чашу составляют резюме хронологические и функциональные. Хронологические резюме содержат описание трудовой деятельности в прямом или обратном хронологическом порядке. Функциональные описывают основные направления деятельности, наиболее важные профессиональные достижения, отвлекая при этом внимание от перерывов в работе, частой смены мест или работы не по специальности.

Специалисты кадровой службы считают наиболее приемлемой следующую структуру резюме:

Заголовок – фамилия, имя, отчество кандидата;

Основные личные данные – адрес, телефон, дата и место рождения, семейное положение;

Цель обращения – на какую работу, в какой должности и на какие условия претендует, с дальнейшим обоснованием своих претензий;

Опыт работы – даты мест работы, занимаемых должностей, выполняемых функций и профессиональных достижений (эта часть резюме является главной, однако непропорциональная подробность изложения этих данных нежелательна);

Образование – даты, учебные заведения, полученная специальность и присвоенная квалификация, а также награды, призы и звания.

Дополнительная информация – данные о дополнительных знаниях и навыках, имеющих отношение к данной работе, важных фактах биографии и личных качествах.

Дата составления резюме – свежая дата повышает достоверность заинтересованности в данной работе.

Стиль написания резюме:

- краткость – отсутствие лишних слов, длинных, непонятных сокращений и терминов;

- конкретность – отсутствие неточной или лишней информации, не имеющей прямого отношения к вакансии;

- целенаправленность – изложение главных сведений, подтверждающих право претендовать на данную должность;

- честность – отсутствие недостоверной информации.

Составление письма-отказа. Письмо-отказ надо составить так, чтобы смягчить удар по самолюбию человека. Для этого начните и закончите письмо обнадеживающе, позитивно, подчеркните достоинства и успехи кандидата, пожелайте удачи.

Если необходимо указать на недостатки, следует оценить отдельные качества, знания и навыки, а не человека в целом, например «Ваша профессиональная подготовка не соответствует требуемому уровню», «Наша работа требует свободного владения двумя иностранными языками», и т.п. Кандидат должен понять, что у вас была веская причина, не позволяющая взять его на работу.

Не пишите сухо «вы нам не подходите», а укажите, что шансы на успех были высоки, что кандидат был в числе нескольких отобранных из сотен претендентов. Пожелайте ему успехов в поисках работы. Но если человек вам явно не понравился, не обнадеживайте его возможным сотрудничеством.

Вопросы для самоконтроля

1 Что такое деловое письмо?

2 Перечислите общие требования к написанию деловых писем.

3 Охарактеризуйте требования по содержанию деловых писем.

Литература: [6, с. 200-205]

Тема 3.2 Этические нормы телефонного разговора

Телефонные переговоры можно рассматривать как специфический случай проведения деловой беседы. Правила подготовки, и проведения деловой беседы сохраняют свою значимость при ведении телефонных переговоров. Но телефонный разговор обладает и целым рядом отличительных особенностей по сравнению с очной беседой.

При подготовке телефонного разговора необходимо определить его цель; выделить начальный, основной и заключительный этапы разговора; отработать формулировки понятий, суждений; определить последовательность и содержание аргументации. Необходимо подобрать в компактном виде все необходимые данные, цифровой материал, документы, которые могут быть востребованы в разговоре. Подобного рода информацию можно заносить в спецблокнот, где может быть помещен предварительно составленный план разговора, сюда можно записывать получаемую информацию; фиксировать дату и время телефонных звонков. не полагаясь на память.

Общие нормы поведения в беседе: демонстрация заинтересованности в предмете разговора, доброжелательность по отношению к собеседнику, отсутствие влияния на характер разговора вашего общего настроения.

Специфические особенности телефонного разговора: собеседники не видят друг друга, и зачастую телефонный разговор для одного из них возникает неожиданно, нарушая при этом предшествующий ход событий: очную беседу, выполнение им какой-либо работы. Всегда стоит извиниться за беспокойство и узнать располагает ли собеседник временем для разговора. Можно ему помочь сориентироваться во времени, если укажите конкретную продолжительность разговора для решения вопросов. Во всех случаях необходимо представиться - лаконично, но емко. Плохой тон – уверенность в том, что вас должны узнавать по голосу.

Телефонная связь и телефонный аппарат – сложные технические средства. Поэтому возможны плохая слышимость, неожиданное прерывание связи. Не обвиняйте другого человека, если он ошибся номером, но сами будьте внимательны при наборе номера. Не повышайте машинально собственный голос в ответ на плохую слышимость. Надо просто поинтересоваться у собеседника, как он вас слышит и только потом принимать решение повышать голос или нет. При этом не забывайте извиниться перед окружающими вас людьми за причиненное им беспокойство.

Если связь неожиданно прервалась, перезванивает тот, кто начинал беседу, он же обладает правом ее закончить. Если телефонный разговор затянулся, а вы не располагаете временем, можно корректно сослаться на необходимость закончить телефонный разговор.

Если вы звоните в незнакомую организацию, сначала выясните, кто компетентен, решить ваш конкретный вопрос, который вы заранее сформулировали в лаконичной форме. Подробную информацию следует давать лишь собеседнику, который сможет вам помочь в решении вопроса. Безадресная передача излишней информации – распространенная ошибка ведения телефонных переговоров.

Вопросы для самоконтроля

- 1 В чем сходство и различие между очной деловой беседой и телефонным разговором?
- 2 Назовите этические нормы поведения при телефонном разговоре.
- 3 Перечислите права и обязанности «первого шага» кого-либо из сотрудников при приветствии, представлении, рукопожатии.
- 4 Перечислите основные показатели культуры речи в деловом общении.

Литература: [6, с. 196-200]

Тема 3.3 Этические правила приветствия, представления. Титулирование

Согласно общим правилам вежливости, словесно первым приветствует:

- мужчина – женщину;
- младший – старшего;
- проходящий – стоящего;
- опаздывающий – ожидающего;

- входящий в помещение – находящийся в помещении.

В деловой сфере на первый план выступает должность: младший по должности работник словесно приветствует первым старшего по должности. (Рассказать об отступлениях от правил).

При приветствии лучше всего пользоваться традиционным «здравствуйте»; «доброе утро» принято говорить до 12 часов; «добрый день» - до 18 часов; «добрый вечер» - после 18 часов.

Если обстоятельства таковы, что приветствие голосом нецелесообразно – слишком большое расстояние или между здоровающимися есть стоящие или проходящие по коридору другие сотрудники, имеет смысл лишь обменяться поклонами. Голова фиксируется в наклоненном состоянии на 1-2 секунды.

На улице мужчине следует приподнять шляпу или прикоснуться к ней рукой (это правило не касается других головных уборов).

Приветствие может сопровождаться рукопожатием. При рукопожатии мужчина перчатку снимает, женщина – нет.

Первым руку протягивает: женщина – мужчине, старший по возрасту – младшему; в деловой обстановке старший по должности – младшему по должности. Если должностной статус равен, то учитывается возраст. (Рассказать об отступлениях от правил).

Рукопожатие не должно быть слишком сильным, нельзя трясти или встряхивать чужую руку, сжимать ее двумя своими руками, протягивать лишь пальцы рук.

Согласно деловому этикету представить кого-либо – значит назвать его имя, фамилию, должность, организацию, в которой он работает.

Для того, чтобы иметь право кого-либо представить кому-либо, представляющий обязан быть знакомым с обеими сторонами.

Представляют: мужчину – женщине; младшего по возрасту – старшему по возрасту; имеющего более низкий должностной статус – имеющему более высокий должностной статус; одного сотрудника – группе сотрудников. Назвав имя представляемого, следует назвать и того, кому представляем.

Если первое лицо компании хочет представить вновь прибывшего сотрудника, он должен это сделать так: идет навстречу вновь прибывшему, они обмениваются рукопожатием, после чего президент (директор и пр.) говорит присутствующим: «Позвольте вам представить – господин Сергеев». Новоприбывший и присутствующие пожимают друг другу руки, и при этом присутствующие по очереди называют свои фамилии. Вновь прибывший этого не делает, т.е. его уже представил руководитель. Представляющий, знакомя лиц одного пола, близких по возрасту и служебному положению, может воспользоваться формулировкой: «Познакомьтесь, пожалуйста, уважаемые коллеги», не акцентируя внимание на том, кто кому представлен.

После представления обычно принято обмениваться несколькими общими фразами, или непродолжительно побеседовать. Инициатива при этом – у женщины или лица более высокой должности, т.е. у того, кому представляли.

Титул отражает положение человека в общественной и служебной иерархии:

1 Титулы, связанные с занимаемой должностью, - господин директор, господин министр и т.п. При личных контактах деловой этикет допускает употребление имени и фамилии сотрудника без титула.

2 Титулы, связанные с научными званиями (доцент, профессор) присваиваются человеку на основании соответствующих документов (аттестатов) пожизненно.

3 Куртуазные титулы применяют по отношению к членам королевских семей (король, принцесса), к лицам, осуществляющим управление страной или ее представляющим в других странах путем реализации функций дипломатической службы (премьер-министр, министр, посол).

4 Анонимное титулирование – применение титула без обозначения должностного, научного и прочего статусов.

В Германии – герр, фрау.

В Великобритании и других англоязычных странах – мистер, миссис, мисс.

Во Франции и других франкоговорящих странах – месье, мадам, мадемуазель.

В настоящее время Российская Федерация вошла в мировое сообщество, приняв социально-рыночную систему отношений. Появились отчетливые желания и их практическое воплощение вернуться к традициям дореволюционной России, т.е. использовать в деловых контактах (а нас интересуют только они) титулы «господин», «госпожа». В деловых кругах эту традицию приветствуют практически все. В настоящее время при письменном деловом общении, в большей части случаев, вышеуказанная норма анонимного титулирования употребляется в сочетании с должностным титулом или фамилией «Уважаемый господин директор!», «Госпожа Киселева!».

Вопросы для самоконтроля

1 Какие критерии различения приоритетов в приветствии и представлении действуют в современной деловой жизни?

2 В какой мере общегражданский (светский) этикет определяет церемонию приветствия и представления в деловой обстановке?

3 Какие факторы, кроме норм общегражданского этикета, влияют на процедуру приветствия, представления и титулирования в практике деловой жизни?

4 Каковы основные принципы анонимного титулирования, практикуемые в деловой сфере?

Литература: [6, с. 283-286], [3, с. 16-22]

Тема 3.4 Визитные карточки в деловой жизни

ВК – небольшой лист тонкого картона или плотной бумаги высокого качества, на котором напечатаны основные сведения о ее владельце.

Впервые ВК появились во Франции в 17 веке, хотя нечто похожее существовало в древнем Китае.

В странах с развитой рыночной экономикой ВК играют важную роль в современном ДЭ и в большинстве случаев заменяют любой документ, в т.ч. удостоверение личности.

Определились две важнейшие функции ВК: представительская и использование в качестве письменного послания.

При выполнении **представительской** функции наиболее известны следующие виды ВК:

1 Карточка для специальных и представительских целей, на которой указывают ФИО, полное название фирмы, должность, но не проставляют координаты – адрес и телефон.

2 Стандартная деловая карточка, на которой указывают ФИО, место работы, должность, служебный телефон, телефакс. Вручение такой карточки свидетельствует о намерении ее владельца установить тесные взаимосвязи с представленным ему лицом.

3 Карточка организации, фирмы, на которой указывают наименование организации (фирмы), адрес, телефон, телефакс.

4 ВК для неофициального общения, на которых указывают ФИО, иногда – профессию, почетные и ученые звания, но не проставляют реквизиты, подчеркивающие официальный статус.

В России распространены ВК с двухсторонним текстом: на русском языке с одной стороны, и на иностранном, чаще всего английском, - с другой. Однако предпочтительней комплекты с односторонними текстами на русском и иностранном языках. Использование ВК на родном языке делового партнера – проявление уважения к нему.

ВК – одна из составляющих имиджа фирмы, поэтому ее оформление целесообразно поручить профессиональному дизайнеру.

Размер и шрифт ВК строго не регламентируется. Располагать текст принято вдоль длинной стороны. Имя руководящего сотрудника фирмы печатается в центре карточки, должность – более мелким шрифтом под именем. Название фирмы и ее адрес – в левом нижнем углу. Номер телефона, телефакса – в нижнем правом. На ВК сотрудника, который не занимает руководящий пост, в центре печатается название и адрес фирмы, в нижнем углу его имя, отчество, фамилия. Внизу справа – номер телефона, телефакса.

Наиболее распространенный размер ВК 9*5 см. Значительные отклонения от размеров нежелательны, т.к. ВК большего размера не помещаются в стандартные визитницы (визиткарды).

Классическим вариантом считается ВК белого цвета со строго черным шрифтом.

Для проведения симпозиумов, конференций и т.п. используют большие ВК – бейджи с указанием имени, фамилии, ученого звания, должности, организации, учебного заведения или научного центра. Бейджи прикалывают на левой стороне груди и носят только в здании, где проходит мероприятие.

При выполнении **функции письменного послания** в левом верхнем или нижнем углу ВК проставляются установившиеся в международном протоколе обозначения (начальные буквы соответствующих французских слов), указывающие на повод, по которому посылается карточка:

1 p.f. – поздравление с праздником (p.f.N.A. – поздравление по случаю Нового года);

2 p.r. – выражение благодарности;

3 p.f.c. – выражение удовлетворения знакомством;

4 p.c. – выражение соболезнования;

5 p.r.p. – выражение соболезнования с готовностью помочь;

6 p.r. – для заочного представления;

7 p.r.c. – при прощании вместо личного визита.

На ВК 2, 7 принято не отвечать. В ответ на ВК 4, 1 5 посылают свою ВК с буквами (2), т.е. благодарят. На ВК 6 ответ дается в адрес представляемого лица визитной карточкой без подписи. Это означает, что представление принято и можно налаживать личные контакты.

На ВК могут быть и другие надписи, краткие сообщения на родном или иностранном языке. В таких случаях текст пишется в третьем лице, подпись не ставится.

ВК никогда не подписывают, дата на них не проставляется.

ВК можно послать в обычном конверте, тогда в верхнем левом углу каждой карточки карандашом или ручкой пишется фамилия лица, кому она адресована.

ВК, завозимые владельцем непосредственно, загибаются с правой стороны (загнутый угол означает личное посещение); посылаемые ВК не загибаются.

На ВК ответ полагается дать ВК в течение 24 часов послу их получения.

Обмен ВК обязательный атрибут первой встречи с деловыми партнерами.

При вручении ВК произносят вслух свою фамилию. Это делается во избежание неправильного произношения.

ВК представляет собой «портрет» конкретной личности, так что обращаться с нею надлежит аккуратно.

Вопросы для самоконтроля

1 Что такое деловое письмо?

2 Перечислите общие требования к написанию деловых писем.

3 Охарактеризуйте требования по содержанию деловых писем.

4 Расскажите о видах визитных карточек.

5 Требования к оформлению визитных карточек.

6 Правила вручения визитных карточек.

Литература: [6, с. 278-283], [3, с. 24-30]

Тема 3.5 Правила поведения в общественных местах

Деловому человеку приходится контактировать с другими людьми в так называемых общественных местах: на улице, транспорте, в государственных и негосударственных административных учреждениях, театре. Общение в этих местах часто кратковременно и обезличено, т.е. во взаимодействие вступают незнакомые люди. Тем не менее, такое взаимодействие также регулируется правилами этикета.

На улице. Одежда и обувь должны быть чистыми, опрятными, волосы причесанными, головной убор должен хорошо сидеть на голове. Переходить улицу следует в положенных местах, нельзя ходить по проезжей части и газонам, на тротуаре необходимо соблюдать правую сторону, не мешать прохожим. Если случается в тесноте толкнуть прохожего, следует извиниться. Вопросы типа «как пройти?» задают вежливо. За ответы благодарят. Если вас спрашивают, надо отвечать четко и ясно. Если сомневаетесь, лучше извиниться и откажитесь от ответа. Не следует горбиться, размахивать сильно руками или держать их в карманах (за исключением очень холодного времени). Не следует ходить с сигаретой в зубах, есть на ходу. Для этого надо отойти в сторону. На прохожую часть не бросать окурки и другой мусор.

Максимальное число идущих в ряд – три человека, на многолюдном тротуаре – два. В паре с мужчиной женщина занимает место с правой стороны, за исключением военнослужащих, которым необходимо отдавать честь. В компании двух мужчин женщина идет посередине, если две женщины и мужчина, то справа от него находится старшая, а рядом с ней – младшая. Когда женщины равны по возрасту, мужчина занимает место между ними. Сумку надо нести так, чтобы не задевать прохожих. Зонт держат в вертикальном положении.

В транспорте. Прежде, чем войти в автобус, троллейбус, трамвай, следует дать возможность выйти пассажирам, ехавшим в нем. Входят не толкаясь, помогают войти тем, кто нуждается в помощи (пожилым людям, инвалидам и т.п.) Если мужчина едет с женщиной, он должен пропустить ее вперед.

Воспитанные молодые люди уступают место пожилым. Те, кому предложили сесть, обязательно должны поблагодарить за любезность и воспользоваться ею. Если садиться не хотят, то вместе с благодарностью объясняют причину, например, словами: «Спасибо. Я скоро выхожу». Сумки, рюкзаки обязательно снимают с плеч и держат в руках. На сиденья сумки не ставят. Стоящих или сидящих рядом людей не рассматривают. В развернутые для чтения газеты и книги не заглядывают. Читающие должны держать газету и журнал сложенными.

В транспорте не принято громко разговаривать. При кашле надо закрывать рот платком, при желании чихнуть – массировать переносицу. Есть в общественном транспорте, за исключением дальних поездок, не следует.

Мужчина, который едет с дамой, выходит первым и при выходе предлагает ей руку. Это делают молодые люди при выходе со своими спутниками – пожилыми людьми. Так же помогают выйти старым людям, инвалидам, с которыми незнакомы.

При посадке в такси мужчина должен открыть дверь женщине или другому уважаемому лицу. Ей, как и другим людям, к которым относятся с почтением, предоставляется близкая к тротуару сторона заднего сиденья. Мужчина усаживается рядом с женщиной. Если пассажирами являются две женщины и мужчина, то женщины салятся на заднее сиденье, мужчина – рядом с водителем. При поездке в такси одного мужчины или одной женщины приемлемым для них местом является сиденье рядом с водителем. В салоне автомобиля присаживаются на край сиденья и втягивают ноги. При выходе ноги ставят на тротуар и поднимаются с сиденья.

В государственных и негосударственных административных учреждениях – входя, здороваются в вестибюле с вахтером или дежурным. По требованию предъявляют необходимые документы (пропуск, паспорт).

Перед посещением учреждения четко уясняют цель визита, предмет беседы, продумывают ее план, готовят нужные документы. При необходимости заранее договариваются о встрече и, естественно, приходят к назначенному времени.

При наличии в учреждении гардероба верхнюю одежду оставляют там. Во всех случаях мужчины, входя в служебное помещение, снимают головной убор.

Если в приемной должностного лица есть секретарь, то сообщают ему о назначенной встрече, и тот, выяснив, смогут ли принять посетителя, пропускает его в кабинет. При входе в кабинет в дверь не стучат. При отсутствии секретаря входят в кабинет в назначенное время. И в этом случае, входя в кабинет, можно не стучать. Стучат только тогда, когда такой порядок устанавливает хозяин кабинета. Нельзя стучать в служебные комнаты, в которых работают несколько сотрудников. В таком случае, входя в комнату, приветствуете тех, кто обратил на вас внимание, и подходите к нужному должностному лицу. Если не можете определить, за каким столом он сидит, спрашиваете о нем у близлежащего к двери работника.

Если по учреждению идут с сопровождающим, то он идет рядом или чуть впереди гостя. В освещенную служебную комнату гостя пропускают первым, а в неосвещенную – первым входит сопровождающий. Это же правило выполняет мужчина в отношении своей спутницы. На лестнице мужчина уступает место женщине у перил, сам же по отношению к ней занимает такую позицию, чтобы помочь быстро поддержать свою спутницу, если она вдруг споткнется. Наиболее удобная позиция при следовании вверх по лестнице – сбоку на одну ступеньку выше, вниз – сбоку на одну ступеньку ниже.

Общение посетителя и должностного лица должно быть корректным и деловым. Даже если вопрос решен не в пользу посетителя, при выходе из служебной комнаты не следует громко хлопнуть дверью. При встрече и беседе с кем-то в коридоре занимают такое место, чтобы не мешать идущим по нему людям. Разговаривают приглушенным тоном. Уходя из учреждения, прощаются не только с принимавшим вас деловым человеком, но и с человеком, дежурящим у входа.

Вопросы для самоконтроля

1 Какими правилами поведения следует руководствоваться на улице?

2 Какими правилами поведения следует руководствоваться в общественном транспорте?

3 Какими правилами поведения следует руководствоваться при посещении учреждений?

Литература: [6, с. 298-305]

Тема 3.6 Внешний облик делового человека

Требования к внешнему виду деловой женщины

Женская деловая одежда является одним из важнейших аспектов современного делового этикета.

Основной вид повседневной деловой одежды – костюм. Гамма цветов этого костюма весьма обширна, но нельзя допускать ярких оттенков, резких контрастных сочетаний. Умеренность – принцип, который не следует нарушать в расцветках женского делового костюма.

Костюм, т.е. классический пиджак с английским воротником и на подкладке с английской же юбкой – тоже на подкладке. Юбка прямая, с разрезом сзади, разрез – 10- 12 см для свободы шага. Костюм может быть из гладкокрашеной ткани, из ткани в полоску (неяркую и неширокую), из ткани с фактурным рисунком. Костюм может быть и тройкой, однобортным или двубортным. Можно позволить себе и другие фасоны – в соответствии с модой, но эти фасоны не должны выходить за рамки официальности.

Женщина может быть одета в платье-костюм, а не в пиджак и юбку. Цвет не должен быть ярким и кричащим. Платье тоже подходит для деловой одежды, но платье больше подвержено моде, а ее изменчивость влияет на стабильность и определенность впечатления. На легкое платье из шелка, вискозы и джерси следует надевать жакет.

И платье-костюм, и костюм могут быть дополнены блузкой. Если блузки нет, фасон костюма – обязательно с высокой застежкой.

Блузка рекомендуется светлая, по цвету гармонирующая с костюмом. Допустимы блузки из ткани в полоску (тогда костюм должен быть из гладкокрашеной ткани), горошек, клетку, но рисунок на ткани должен быть мягким, неярким. Фасон блузки лучше выбрать классический – в английском воротником, сорочечным или воротником-стойкой, заканчивающейся небольшим бантом.

Фасон костюма или блузки следует моде, однако, в самом умеренном ее выражении.

Принято считать классическими три варианта длины юбки: до колена (но не короче!), по колению, до середины икроножной мышцы.

Деловая женщина может, не желая того, допустить те или иные ошибки в одежде, определяющей в основном ее внешний вид, однако не имеет права на одну ошибку, самую страшную, каковой является вульгарность – даже в самом слабом ее проявлении.

Брючный костюм допускается. Однако, это должен быть костюм, воспроизводящий стиль обычного мужского костюма по плотности и цвету.

Чулки или колготки для делового костюма обязательны. Узорчатым, бронзовым и черным чулкам не место в рабочем гардеробе.

Для работы рекомендуются туфли из натуральной кожи. Летом туфли носят под цвет одежды, но всегда популярны бежевый и светло-серый.

Женщины, не носящие часов, дают окружающим понять, что не имеют даже смутного представления о том, какова цена времени. Подбирайте часы, которые соответствовали бы полноте запястья. Электронные модели не так элегантны, как обыкновенные механические. Что касается стиля – лучше выбирать классику – она еще никого и никогда не подводила. Женщинам не следует носить мужские часы.

Очки придают женщине деловой вид, хотя и несколько снижают ее привлекательность. Деловым женщинам рекомендуется носить очки в пластмассовой или роговой оправе средних размеров. Брюнеткам лучше идут оправы для очков в тон их волос, блондинкам и рыжеволосым – оправы коричневого цвета. Женщина в затемненных очках, даже в самых модных и дорогих, не вызывает доверия.

При себе следует иметь хорошую перьевую ручку для подписывания деловых бумаг.

Неотъемлемым атрибутом деловой женщины является дипломат (атташе-кейс) или дамская сумочка хорошего качества без ярких украшений. С большинством туалетов вполне элегантно выглядит черная или красновато-коричневая сумка.

Женщины носят перчатки, когда хотят и где хотят.

Требования к внешнему виду делового мужчины

Общая характеристика стиля делового мужчины: консерватизм (т.е. деловая сфера почти не подвержена случайным влияниям); умеренность, т.е. не должно быть слишком резких цветовых контрастов, излишне вычурных фасонов одежды или обуви и т.п.; безупречная аккуратность и опрятность.

Основной вид мужской деловой одежды – костюм-тройка. Длина полы пиджака – до первой фаланги большого пальца опущенной вниз руки. Длина рукава – до запястья.

Темно-синий цвет – более строгий, официальный, чем серый.

Серый цвет психологически мягче, «теплее»; деловой мужчина в сером костюме выглядит приятным, дружелюбным, располагающим к беседе, общению.

Есть одно «светское» правило: чем темнее цвет (чего угодно – одежды, мебели и пр.), тем он аристократичнее. Это в сильной мере относится к серому цвету: темно-серый костюм будет выглядеть более дорогим – независимо от истинной цены, а светло-серый – более дешевым.

Черный цвет костюма обязателен для вечерних деловых приемов и траурных церемоний. В повседневной деловой одежде черный костюм носить не принято.

Костюм из ткани в полоску допускается, но полоска не должна быть слишком широкой или резкой, контрастной. Ткань в клетку тоже может быть исполь-

зована для мужского костюма, требования те же: клетка должна быть еще менее заметной, чем полоска.

Можно носить пиджак из одной ткани, а брюки – из другой. Но нужно обязательно проверить, как сочетаются между собой пиджак и брюки по цвету, рисунку, фактуре ткани.

Пиджак может быть однобортным и двубортным.

Шлицы на пиджаке уместны. Английский пиджак – с двумя шлицами, американский – с одной, европейский – без шлиц.

Пиджак носят застегнутым, но нижняя пуговица однобортного пиджака не застегивается для свободы шага и удобства в случае, когда человек садится. В последнем случае пиджак можно и расстегнуть.

Длина брюк: спереди брюки небольшой складкой надвинуты на обувь, сзади доходят до начала или середины каблука. Складка на брюках – хорошо отутюжена.

Брючный ремень – только из натуральной кожи, темного цвета и со скромной пряжкой.

Сорочка – из тонкого хлопка, иногда с добавлением синтетики, всегда светлых тонов – белая, светло-серая, светло-голубая, светло-песочного оттенка. Цвет сорочки гармонирует с цветом костюма. Воротник – классический, традиционный. Рукаву сорочки полагается «выглядывать» на 1,1,5 см из-под рукава пиджака.

Носовой платок безупречно свежий светлых тонов – белый, нежно-серый и т.п., но ни в коем случае не «фермерских» расцветок – густо-синий или красный, в яркую клетку. Лучше иметь два носовых платка, второй – на «всякий случай».

Галстук гармонирует с цветом сорочки и костюма. Самое надежное решение в выборе рисунка на галстуке – выбрать однотонный галстук. Если с рисунком, то желателен рисунок геометрического характера. Однотонный галстук подходит к любой сорочке и любому костюму. Примерная ширина галстука (в среднем) – такая же как ширина борта пиджака. Длина галстука – закрывает пряжку брючного ремня.

По интенсивности окраски: на первом месте – пиджак, на втором – галстук, на третьем – сорочка.

Обувь – полуботинки черного, темно-коричневого цветов только на шнурках; подошва тонкая, без ранта (рант – для уличной обуви).

Носки достаточной длины – в тон обуви или брюк, без цветного рисунка, он может быть только фактурный.

Верхняя одежда по цвету и фактуре соответствует костюму. Берет, в качестве головного убора в деловой одежде, недопустим, равно как и шарф ручной работы.

Аксессуары – сумка, визитница, портмоне, папка или кейс, футляр для очков – предпочтительно из натуральной кожи.

Запонки и булавка для галстука должны составлять комплект. Они не должны быть слишком крупными, вычурными, выполненными из пластмассы или материалов, имитирующих натуральные камни.

Недопустимы серьги в ушах. Лак – на ногтях.

На вечерние приемы, начинающиеся после 20 часов, рекомендуется надевать темный или черный костюм. Смокинг или фрак надевается в том случае, если об этом говорится в приглашении.

Смокинг предназначен для торжественных приемов – это пиджак с атласным воротничком и брюки с атласными лампасами.

Необходимые атрибуты – обтянутые атласом пуговицы и высокий широкий пояс. Желательный аксессуар – бабочка. Смокинг можно носить без бабочки, но с манишкой и черной пуговицей. Под бабочку надевается сорочка с воротничком-стойкой или небольшим отлетом строго белого цвета.

Запонки – только из натуральных камней в соответствующей оправе.

Смокинг может застегиваться на одну или две пуговицы, а может вообще не застегиваться.

Фрак предназначен для особо торжественных приемов. К нему полагается белый галстук-бабочка, завязанный от руки; туго накрахмаленная манишка; стоячий воротник с застегнутыми углами; белый пикейный жилет; черные лакированные туфли. При себе надо иметь белые перчатки.

С фракком не носят наручные часы, а только карманные на цепочке.

Вопросы для самоконтроля

1 Каковы характерные черты внешнего вида и манер современного делового мужчины, деловой женщины?

2 Что является недопустимым в современной деловой одежде делового мужчины и деловой женщины?

3 Перечислите характерные особенности цвета и фактуры тканей для мужской и женской деловой одежды.

Литература: [6, с. 286-295], [3, с. 30-51]

Тема 3.7 Этикет деловых приемов

Виды приемов

Приемы в деловой практике являются важным средством поддержания и развития контактов с официальными, общественными, деловыми кругами, представителями культуры и средств массовой информации своей страны и других стран.

Приемы устраиваются в ознаменование какого-либо события (знаменательной даты, государственного праздника, презентации), в порядке оказания почести и гостеприимства отдельному лицу или делегации, в связи с завершением переговорного процесса или подписанием договора, соглашения. Приемы организуют в соответствии с общепринятыми правилами, допуская отступление от них лишь в той степени, в какой это оправдано местной спецификой или иными вескими причинами.

Наиболее широкое распространение получили такие виды приемов, как завтрак, обед, ужин, приемы вида фуршет (аля фуршет, вечерний прием вида фуршет), коктейль, чай, журфикс, по-буфетному, бокал шампанского.

Завтрак устраивают для ограниченного числа лиц (как правило, одних мужчин). Время проведения - в промежутке от 12 до 15 часов. На завтрак принято подавать одну-две холодные закуски, одно горячее рыбное блюдо, одно мясное блюдо и десерт (сладости, фрукты, конфеты, мороженое и др.). К холодным закускам можно предложить водку или охлажденные настойки, к рыбному блюду - охлажденное сухое белое вино (а на Востоке - гранатовый сок), к мясному блюду - сухое красное вино комнатной температуры, к десерту - охлажденное шампанское. После завтрака подают кофе или чай. Столы для этого сервируют заново. Продолжительность завтрака - от часа до полутора часов (из них обычно 45-60 минут проводят за столом и 15-30 минут за кофе или чаем). Инициатива завершения завтрака (обеда и ужина) должна исходить от хозяина приема. Одежда для завтрака, - как правило, повседневный костюм.

Обед устраивают по поводу важных событий или в знак особого расположения к приглашенным. Время проведения - между 19 и 21 часами. Продолжительность обеда 2 - 2,5 часа, из которых за столом обычно проводят 1,5 часа. Как и во время завтрака, перед приглашением к столу и по окончании еды гости вместе с хозяевами могут провести 15-20 минут в другом помещении, где перед обедом подают легкие закуски, а после обеда - кофе или чай. Меню обеда обильнее по сравнению с меню завтрака и обязательно включает первое блюдо. Ассортимент и последовательность подачи напитков - как и во время завтрака. На обед принято приглашать мужчин с женами. Форма одежды указывается в приглашении. Ужин начинается в 21.00 и позднее. Меню ужина и вина - такие же, как и на обеде. Первое блюдо на ужин, как правило, не подают. Коктейль и Аля фуршет (фр. *fourchette* - вилка) - наиболее распространенные виды приемов. Их устраивают по самым различным поводам. В деловой практике они, как правило, являются неотъемлемой частью любой презентации. Самостоятельно приемы вида коктейль и аля фуршет проводятся от 17 до 20 часов (в приглашениях указывают время начала и окончания). Обычно приглашается большое число гостей (от 15-20 до нескольких сот и более). Подаются различные холодные закуски, кондитерские изделия, фрукты, иногда - горячие закуски. Спиртные напитки выставляются на столах или разносятся официантами. Может устраиваться буфет. Иногда в конце приема подают шампанское, затем кофе. Приемы этого вида проводятся стоя. Гости сами набирают закуски на свои тарелки и выбирают напитки. Могут быть и исключения из этого основного правила. Например, для духовных лиц может быть поставлен отдельный стол где-нибудь в уголке. Вечерний прием аля фуршет устраивается в особо торжественных случаях и начинается в 20.00 и позднее. Отличается от приемов коктейль или фуршет большим разнообразием и обилием предлагаемых напитков и закусок.

Чай устраивается между 16.00 и 18.00, как правило, только для женщин. Продолжительность - один-полтора часа. Накрывается один или несколько столиков в зависимости от количества приглашенных лиц. Подаются обычно кондитер-

ские изделия (пирожки, пироги, пирожные и т.п.), фрукты, десертные и сухие вина, соки, воды, кофе и чай.

Журфикс проводится как "чай" с 16.00 до 18.00 в определенный для приема гостей день недели (фр. jour fixe - определенный день). По-буфетному проводится с 20.00 до 21.00 как "коктейль", но при этом садятся за стол по своему выбору. Закуски выставляются отдельно на столе.

Бокал шампанского проводится от 12.00 до 13.00 часов. Это - низкий уровень приема. Закуски - орешки, маслины, конфеты. Подаются шампанское, сухое вино, виски, водка. Одежда - обычная. Любой прием должен быть предварительно подготовлен самым тщательным образом. В подготовку приема входят:

- выбор вида приема;
- составление списка приглашенных лиц;
- рассылка приглашений;
- составление плана рассадки за столом (завтрак, обед, ужин);
- составление меню;
- сервировка столов и организация обслуживания гостей;
- подготовка тостов или речей;
- составление схемы (порядка проведения) приема.

Выбор вида приема, составление списка приглашенных и рассылка приглашений. Ответ на приглашение. Вид приема избирается в зависимости от случая, по которому его необходимо устроить.

Наиболее торжественными и наиболее почетными видами приемов являются обед или вечерний прием аля фуршет. В менее важных случаях можно воспользоваться другими видами приемов. Необходимо также учитывать традиции и обычаи, сложившиеся в местной деловой практике.

Одним из важнейших моментов организации приема является составление списка гостей. Прежде всего определяется общее количество приглашенных. Оно не должно превышать возможностей обслуживания и соответствовать помещению, где будет проходить прием.

Приглашения на прием отпечатываются на бланках, изготовленных типографским способом. Имя и фамилия приглашенного и его должность пишутся от руки или печатаются на машинке. При организации приемов с рассадкой гостей за столом (завтрак, обед, ужин) в приглашении содержится просьба ответить (R.S.V.P. или "Please answer" или "Просьба ответить"). Приглашения рассылаются не позднее чем за одну-две недели до приема. Если мужчин приглашают на прием вместе с женами, то это указывается в приглашении. На первое место всегда ставят имя мужа. Приглашение может быть не персональным, а с указанием лишь числа, приглашенных от организации, учреждения, фирмы. В этом случае с ответным письмом принято направлять именной список лиц, которые будут присутствовать на приеме. Во всех случаях ответ на приглашение обычно направляют отпечатанным на специальном бланке или в виде частного письма. Ответить на приглашение можно и по телефону, если он указан в пригласительной карточке. Обязательным является сообщить о принятии приглашения в тех случаях, когда в полученном приглашении на прием оставлены не зачеркнутыми буквы R.S.V.P.

или фраза "Просьба ответить". Если дан положительный ответ на приглашение, посещение приема является обязательным.

Когда в пригласительной карточке буквы P.S.V.P. зачеркнуты или отсутствуют (приглашения на приемы, проводимые стоя), давать тот или иной ответ не нужно.

Прибытие на прием, встреча гостей, рассадка за столом

На прием, в приглашении на который содержится просьба ответить, следует приходить точно в указанное время. Опоздание - нарушение этикета. Если из одного учреждения приглашено несколько представителей, и они являются на прием не вместе, первыми должны приходить младшие по должности, а затем старшие. На приемы, проводимые стоя, в приглашении на которые указывается время начала и конца приема (17.00-19.00, 18.00-20.00 и т.д.), можно прийти и уйти в любое время в пределах указанного в приглашении периода. Приходить к началу такого приема и находиться на нем до конца необязательно. Принцип гостеприимства имеет важное значение при проведении приемов. Необходимо стремиться к тому, чтобы гости во всем чувствовали радушие, внимание и предупредительность хозяев.

Встречая гостей, исходят из того, что даже если прибывающие по своему служебному положению являются официальными лицами, то в данном случае они выступают как бы в личном качестве. Всем приглашенным оказывают должное внимание, а по отношению к почетным гостям проявляют максимум заботы, уважения и предупредительности.

Рассадка производится с учетом признанного служебного и общественного положения гостей. Нарушение этого основного правила может быть истолковано как сознательное нанесение ущерба престижу гостя, а в международной деловой практике и стране, им представляемой.

Соблюдаются такие правила рассадки:

- первым (почетным) считается место справа от хозяйки дома, вторым - справа от хозяина дома (если хозяин и хозяйка сидят на одной стороне стола, то первым будет место справа от хозяйки, вторым - слева от хозяина);

- в отсутствии женщин первым считается место справа от хозяина дома, вторым - слева от него;

- гость особо высокого ранга может быть посажен напротив хозяина дома; в этом случае вторым будет место справа от хозяина дома;

- если хозяйка дома отсутствует, на ее место может быть посажена одна из приглашенных женщин (с ее согласия) или же, также с согласия, мужчина самого высокого ранга;

- женщина не сажается рядом с женщиной, муж с женой (за исключением молодоженов);

- женщины не сажаются в конце столов;

- учитывается знание языков рядом сидящих гостей;

- после (или в период) переговоров возможна рассадка на завтраке, обеде или ужине одной делегации напротив другой;

- почетным является место напротив входной двери, а если дверь находится сбоку, то на стороне стола, обращенной к окнам, выходящим на улицу;

- переводчики: могут быть рядом с хозяином (или через N 2) или же сзади (в случае необходимости).

- на каждое место за столом кладется карточка с фамилией приглашенного;

- схема рассадки за столом выставляется в приемной или прилагается к приглашительному билету.

Тосты и беседы за столом

Обмен тостами на завтраках, обедах и ужинах происходит после десерта, когда всем присутствующим налито шампанское. На других видах приемов принято произносить тосты не ранее 10-15 минут после их начала. Первый тост произносит хозяин приема, с ответным тостом выступает главный гость. Остальным присутствующим рекомендуется воздерживаться от каких-либо публичных выступлений.

Главное в тосте - сердечность. Характер тоста, его содержание, построение и стиль зависят от конкретной ситуации и уровня общения. Так, в международной практике принята следующая схема построения тоста. Его начинают (1) с приветствия в адрес главного гостя, затем кратко и в понятной форме излагают (2) соображения по поводу случая, в связи с которым организован прием. Завершают тост (3) пожеланием здоровья главе иностранного государства и главному гостю, процветания стране и счастья ее народу.

В ответном тосте также кратко (1) благодарят за прием, излагают (2) соображения, лежащие в основе встречи, и (3) заверяют во взаимности выраженных чувств. Завершают тост (4) пожеланием здоровья главе государства, процветания стране и народу. Злоупотреблять за столом официальными речами, тем более длинными, не следует.

Этикет предусматривает, что сидящие за столом должны поддерживать разговор. Сидеть рядом и не разговаривать - невежливо. Необходимо разговаривать с обоими соседями, можно беседовать не только с непосредственными, но и с ближайшими соседями. Однако вести громкую беседу через весь стол невежливо.

Уход с приема и проводы гостей

Не рекомендуется задерживаться на приеме дольше времени, указанного в приглашении, а также уходить всем гостям сразу после ухода главного гостя. Это производит неблагоприятное впечатление.

Нельзя внезапно прерывать разговор, собираясь покинуть прием. Его доводят до конца, говорят собеседнику "До свидания", а если прощаются с группой людей - отвешивают легкий поклон всем участникам беседы. Акцентировать внимание на своем уходе не следует. Если вам необходимо незаметно уйти раньше времени завершения приема, надо найти возможность попрощаться с хозяйкой.

Особое значение имеет организация проводов гостей. Принято, чтобы хозяин приема проводил почетных гостей до того места, где он их встречал (парадный подъезд, место, где гости садятся в машины). При прощании гостям оказывают знаки внимания, иногда дарят сувениры. По возможности хозяину приема целесо-

образно до ухода всех приглашенных оставаться там, где он простился с почетными гостями, чтобы дать возможность всем гостям попрощаться с ним.

Вопросы для самоконтроля

1 Какие виды приемов получили наиболее широкое распространение в официальной практике?

2 Проведение, каких мероприятий входит в подготовку приема?

3 Какой вид приема необходимо выбрать в следующих случаях: празднование государственного праздника; визит правительственной делегации; начало, завершение переговоров; презентация; установление деловых отношений; знаменательная дата в деятельности учреждения.

4 Каков порядок прибытия на прием гостей, приглашенных из одного учреждения?

5 С учетом каких требований производится рассадка гостей на приемах?

6 Руководствуясь приведенной общепринятой схемой построения тоста, составьте первый тост (хозяина приема) и ответный тост (главного гостя) по случаям, перечисленным в третьем вопросе.

7 Какими правилами регламентируется уход с приема, и организация проводов гостей?

Литература: [6, с. 305-316], [3, с. 86-109]

Тема 3.8 Национальные особенности делового этикета

Национальные особенности общения

Участники международного общения придерживаются единых норм и правил, тем не менее, национальные и культурные особенности могут оказаться весьма значительными при деловых отношениях. Прежде чем описать национальные особенности сделаю несколько пояснений:

1 Под национальными особенностями понимаются стили, типичные скорее для тех или иных стран, а не определённых национальностей.

2 Необходимо учитывать, что практически невозможно “абсолютно объективно описать” национальный стиль делового общения. Всегда работают устоявшиеся стереотипы национальных черт тех или иных народов.

Национальный стиль – это наиболее распространенные, наиболее вероятные особенности мышления, восприятия поведения. Они не будут обязательными чертами, характерными для всех представителей описываемой страны, а только типичными для них. Знание национальных особенностей может служить своеобразным путеводителем, ориентиром возможного поведения партнёра.

США

Что же представляют собой типичные американцы?

Американцы не любят чопорность, предпочитают удобную одежду, обращаются друг к другу просто, неофициально, даже если между собеседниками большая разница в возрасте и общественном положении.

Американцы обожают соревноваться, ценят достижения. Они часто считаются материалистами. Американцы берегут время и ценят пунктуальность, живут по расписанию.

Франция

Французы – одна из старейших и самобытнейших наций на европейском континенте, с богатой историей и культурой.

Французы скорее галантны, чем вежливы, скептически и расчетливы, хитры и находчивы. В то же время они восторженны, доверчивы, великодушны. Во Франции очень любят и умеют блеснуть словом, молчаливый человек социально себя убивает. Разговор у французов носит непринуждённый характер и идёт с исключительной быстротой.

Большое значение на французский стиль делового общения оказывает система образования, которая ориентирована на воспитание независимых и критически настроенных граждан.

Великобритания

Англичанам присущи сдержанность, склонность к недосказанности, щепетильности, которые заставляют англичан быть замкнутыми и необщительными с незнакомыми людьми, почитание собственности, предприимчивость, деловитость и главное – независимость. Грубым поведением считается, когда человек много говорит. Пунктуальность в Великобритании – жесткое правило. А на честное слово англичан можно положиться.

Германия

Немцы отличаются трудолюбием, прилежанием, пунктуальностью, бережливостью, рациональностью, организованностью, педантичностью, скептичностью, серьёзностью, расчётливостью, стремлением к упорядоченности.

Немцы имеют привычку расписывать свою как деловую, так и частную жизнь по дням и часам. Желательно учитывать приверженность немцев к титулам, т.к. они довольно официальные и профессиональные. И также, как и у англичан в Германии ценится пунктуальность.

Арабские страны

Немаловажным условием успеха в этих странах является соблюдение и уважение местных традиций. Для них главное чувство национальной гордости, следование историческим традициям своей страны и жестокие и довольно развитые административные правила поведения.

В мусульманском мире иностранец не может обратиться с вопросом к женщине, т.к. это считается неприличным. При первом знакомстве арабский собеседник выражает радушие и любезность, это традиция, такое поведение достойно мусульманина.

Австралия

Австралийцы очень любят спор и беседы о нём, другая широко распространённая тема – отдых. Австралийцы пьющая нация. Во время беседы можно подчеркнуть высокие вкусовые качества австралийского вина. В общении с австралийскими партнёрами избегайте крайности – чрезмерной суетливости и излишней педантичности, надо вести себя спокойно, без спешки. В Австралии в отличие от

других стран деловым людям можно одеваться просто, как кому удобно. А главное – не ходить с непокрытой головой – здесь солнце слишком яркое и радиоактивное.

Италия

Итальянцы экспансивны, горячи, порывисты, отличаются большой общительностью. Для налаживания деловых отношений достаточно обмена официальными письмами с предложениями. Немаловажное значение для представителей деловых кругов имеют неофициальные отношения с партнёрами, в том числе и в неслужебное время. Крепкие напитки пьют редко, тосты не приняты.

Итальянцы очень ценят проявления интереса к Италии как стране, являющейся родоначальницей многих видов искусств и ремёсел.

Испания

По своему характеру испанцы – серьёзные, открытые, галантные, человечные, обладают большим чувством юмора и способностью работать в команде.

Не следует назначать встречу на полдень – час фиесты. Склонность испанцев опаздывать на встречу является предметом многочисленных шуток. Испанцы любят очень много говорить, поэтому регламент встреч часто не соблюдается.

В Испании едят поздно: завтракают в 14 часов, обедают в 22 часа. За столом избегайте обсуждения таких тем, как гражданская война, период правления Франко, коррида, личную жизнь.

Швеция

Шведы известны в мире своей глубоко укоренившейся лютеранской этикой, которая наиболее близка к немецкой, но не столь суха. К её характерным чертам относятся прилежность, пунктуальность, аккуратность, серьёзность, основательность, порядочность и надёжность в отношениях.

Уровень квалификации шведских бизнесменов очень высок, поэтому в своих партнёрах они особенно ценят профессионализм. Шведы, как правило, владеют несколькими языками, в первую очередь английским и немецким.

Работа не ограничивается стенами офиса и часто имеет продолжение за дружеским ужином, в ресторане или в гостях.

Россия

Зарубежные партнёры описывали советский стиль как закрытый, настороженный. Обсуждая вопросы, отечественные участники переговоров обращают внимание скорее на общие цели и относительно мало уделяют внимания тому, как это можно сделать.

А российский стиль общения отличается недостаточностью опыта делового общения. Русские за границей колоссально переплачивают за всё из-за склонности платить не торгуясь. Они уступают иностранным партнерам в умении торговаться и вести дела. Иностранцы это отлично знают и используют.

Китай

Китайцы – очень весёлые, душевные и сообразительные люди. Но их представления о правилах хорошего тона во многом не совпадают с нашими.

Во время встречи китайские участники переговоров очень внимательны к формированию “духа дружбы”. “Дух дружбы” они отождествляют с хорошими личными отношениями партнёров.

В Китае придают важное значение наложению неформальных отношений с зарубежными партнёрами. Вас могут спросить о возрасте, семейном положении, детях – это проявление искреннего интереса. Вас могут радушно пригласить в гости или в ресторан на обед, где подадут не менее 20 блюд. Основной напиток китайцев – рисовая водка.

Япония

В японском характере выделяют: трудолюбие, сильно развитое эстетическое чувство, приверженность традициям, склонность к заимствованию, дисциплинированность, преданность авторитету, чувство долга, вежливость, аккуратность, самолюбие, бережливость, любознательность, стремление к согласованным действиям в группе.

Японцев как нацию, помимо высокой организации, скрупулёзной аккуратности во всём и отсутствия чувства юмора, выделяет ещё одна черта – искренняя самокритичность. Большое значение в японской культуре придаётся пунктуальности, точности. Договорившись о встрече, японец непременно в срок, вплоть до минуты, появится на месте.

Терпение в Японии считается одной из основных добродетелей, а характерной чертой японцев является чувствительность к общественному мнению.

Японцы уделяют много внимания развитию личностных отношений. Во время неофициальных встреч они стремятся, по возможности, подробнее узнать человека. Если получено приглашение в традиционный ресторан японской кухни, необходимо обратить внимание на обувь и носки – придётся разуваться. Когда вас угощают спиртным, следует поднять свой бокал, а затем тут же **перехватить у японца бутылку и наполнить его бокал.**

Международный деловой этикет

Деловой этикет – это форма делового общения, которое помогает ориентироваться в повторяющихся стандартных ситуациях. Знание делового этикета способствует овладению мастерством межличностных отношений, исходящих из принципов и норм деловой этики.

Формы приветствия и общения.

Общепринятым этикетом предусмотрено, что первым здоровается мужчина с женщиной, младший по возрасту со старшим, нижестоящий по должности с вышестоящим.

Когда мужчину представляют женщине, руку первой предлагает женщина. Тот же приоритет принадлежит и более пожилым людям, и старшим по иерархии: старшая по возрасту женщина протягивает первой руку младшей, руководитель подчиненному и т.д.

Когда мужчина приветствует кого-либо на расстоянии, то делает легкий поклон и прикасается рукой к шляпе или слегка ее приподнимает. Если кто-то при встрече сидит, то он должен встать и после этого выразить приветствие. Если в помещение входит женщина, то сидящие мужчины должны встать, приветствуя

ее. Во время приветствия во рту не должно быть сигареты, а руки не должны находиться в карманах.

Когда посетитель входит к руководителю, достаточно вежливо и корректно ограничиться словесным приветствием: “Доброе утро”, “Здравствуйте” и т.д., при этом сделать легкий поклон головой и улыбнуться. Если, войдя в комнату, где находится несколько человек, вы хотите обменяться рукопожатием с одним человеком, этикетом предполагается потянуть руку и всем остальным (конечно, если их не слишком много).

Современный человек должен знать, уважать и уметь применять формы приветствия, принятые в стране его собеседника.

Подарки

Делать подарки и преподносить сувениры – это давняя традиция многих народов мира. Особо важно соблюдать эту традицию при переговорах с азиатскими, южноамериканскими и африканскими представителями, у которых существует культ подарков. Согласно этикету, при первой встрече подарки преподносят хозяева, а не гости. При последующих встречах взаимный обмен подарками становится обязательным, причем вручают их при расставании.

К выбору подарков и сувениров следует относиться серьезно и с осторожностью. Они должны соответствовать роду занятий, отвечать желаниям и стилю того, кому предназначен. Следует избегать повторения подарков. Это считается серьезным нарушением этикета.

Восприятие цвета и национальная принадлежность

Особенности восприятия цвета не только живых цветов, но и других подарков и сувениров следует учитывать в зависимости от национальной принадлежности лиц, которым предназначены сувениры, а также страны, в которой они проживают.

Красный цвет любят в Мексике, Норвегии, Иране, но не любят в Ирландии. Оранжевый цвет, очень любим в Голландии, символизирует эмоциональную сферу, создает атмосферу благополучия и веселья.

Желтый цвет быстрее всего привлекает внимание и сохраняется в памяти. В Бразилии – это цвет отчаяния, а в сочетании с фиолетовым – символ болезни. Для мусульман Сирии – это символ смерти. В России он часто воспринимается как знак разлуки, измены.

Зеленый цвет любят в Мексике, Австралии, Ирландии, Египте. В Индии он символизирует мир и надежду, а для мусульман – хранитель от дурного глаза. Голубой цвет для китайцев означает траур. Непопулярен он также в Бразилии и Перу. Белый – один из самых любимых цветов мексиканцев, зато в Китае – это цвет траура и знак опасности. Для европейцев это цвет молодости, чистоты и невинности. В арабских странах очень не любят сочетание белого и голубого, поскольку это – цвета национального флага Израиля.

Вопросы для самоконтроля:

1 Назовите особенности национального стиля общения в США, Англии, Франции, Германии, Арабских странах.

- 2 Формы приветствия и общения.
- 3 Уместны ли подарки?
- 4 Восприятие цвета и национальная принадлежность
- 5 Межнациональные различия в мимике и жестах.

Литература: [6, с. 286-295], [3, с. 30-51]

5 Вопросы к зачету, экзамену

- 1 Коммуникативная культура в деловом общении.
- 2 Принципы и нормы нравственного поведения руководителя.
- 3 Общение как социально-психологическая категория.
- 4 Правила подготовки и проведения публичного выступления.
- 5 Коммуникативная культура в деловом общении.
- 6 Правила подготовки и проведения делового совещания.
- 7 Виды делового общения.
- 8 Правила подготовки и проведения деловой беседы.
- 9 Управление деловым общением
- 10 Деловые приемы, особенности их проведения.
- 11 Основы деловой риторики и культура речи.
- 12 Деловые приемы: виды, выбор вида приема, составление списка приглашенных и рассылка приглашений, ответ на приглашение.
- 13 Этика использования средств выразительности речи.
- 14 Основы дипломатического протокола: вежливость международная, дипломатическая корреспонденция.
- 15 Основы невербального общения
- 16 Основы дипломатического протокола: Венская конвенция о дипломатических сношениях, символы суверенитета.
- 17 Этические нормы делового телефонного разговора.
- 18 Международный этикет.
- 19 Критика и ее этические аспекты.
- 20 Внешний облик государственного служащего.
- 21 Стрессы и стрессоустойчивость в деловом общении.
- 22 Правила делового этикета.
- 23 Стилль и социально-психологические проблемы руководства.
- 24 Визитная карточка в деловом общении.
- 25 Этикет приветствий, представлений. Титулирование.
- 26 Основные показатели культуры речи в деловом общении
- 27 Манеры и внешний облик делового мужчины.
- 28 Виды деловых приемов и их проведение.
- 29 Одежда и внешний облик деловой женщины.
- 30 Национальный этикет делового общения. Германия.
- 31 Поведение в общественных местах.
- 32 Этикет и имидж.
- 33 Правила организации делового приема, разновидности деловых приемов.
- 34 Деловое общение, основные характеристики.
- 35 Правила вручения подарков.
- 36 Этикет делового совещания.
- 37 Этические требования к организации рабочего места.
- 38 Правила приема пищи при проведении деловых приемов.
- 39 Особенности делового общения с иностранными партнерами.

- 40 Организация публичного выступления.
- 41 Принципы деятельности государственных служащих.
- 42 Национальный этикет делового общения. Великобритания.
- 43 Базовые моральные принципы управленческой деятельности и нравственные нормы служебного поведения.
- 44 Национальный этикет делового общения. Япония.
- 45 Этические принципы деятельности государственных служащих
- 46 Национальный этикет делового общения. Китай.
- 47 Этические нормы деятельности государственных служащих.
- 48 Национальный этикет делового общения. США.
- 49 Этический кодекс, как система определенных нравственных стандартов, конкретных норм поведения государственного служащего.
- 50 Деловые переговоры.
- 51 Сущность и основные принципы этики деловых отношений.
- 52 Общение как социально-психологическая категория.
- 53 Правила рассадки за столом при проведении деловых приемов.

6 Варианты контрольных работ

Вариант 1

- 1 Коммуникативная культура в деловом общении.
- 2 Принципы и нормы нравственного поведения руководителя.

Вариант 2

- 1 Общение как социально-психологическая категория.
- 2 Правила подготовки и проведения публичного выступления.

Вариант 3

- 1 Коммуникативная культура в деловом общении.
- 2 Правила подготовки и проведения делового совещания.

Вариант 4

- 1 Виды делового общения.
- 2 Правила подготовки и проведения деловой беседы.

Вариант 5

- 1 Управление деловым общением
- 2 Деловые приемы, особенности их проведения.

Вариант 6

- 1 Основы деловой риторики и культура речи.
- 2 Деловые приемы: виды, выбор вида приема, составление списка приглашенных и рассылка приглашений, ответ на приглашение.

Вариант 7

- 1 Этика использования средств выразительности речи.
- 2 Основы дипломатического протокола: вежливость международная, дипломатическая корреспонденция.

Вариант 8

- 1 Основы невербального общения
- 2 Основы дипломатического протокола: Венская конвенция о дипломатических сношениях, символы суверенитета.

Вариант 9

- 1 Этические нормы делового телефонного разговора.
- 2 Международный этикет.

Вариант 10

- 1 Критика и ее этические аспекты.
- 2 Внешний облик государственного служащего.

Вариант 11

- 1 Стрессы и стрессоустойчивость в деловом общении.
- 2 Правила делового этикета.

Вариант 12

- 1 Стиль и социально-психологические проблемы руководства.
- 2 Визитная карточка в деловом общении.

Вариант 13

- 1 Этикет приветствий, представлений. Титулирование.
- 2 Основные показатели культуры речи в деловом общении

Вариант 14

- 1 Манеры и внешний облик делового мужчины.
- 2 Виды деловых приемов и их проведение.

Вариант 15

- 1 Одежда и внешний облик деловой женщины.
- 2 Национальный этикет делового общения. Германия.

Вариант 16

- 1 Поведение в общественных местах.
- 2 Этикет и имидж.

Вариант 17

- 1 Правила организации делового приема, разновидности деловых приемов.
- 2 Деловое общение, основные характеристики.

Вариант 18

- 1 Правила вручения подарков.
- 2 Этикет делового совещания.

Вариант 19

- 1 Этические требования к организации рабочего места.
- 2 Правила приема пищи при проведении деловых приемов.

Вариант 20

- 1 Особенности делового общения с иностранными партнерами.
- 2 Организация публичного выступления.

Вариант 21

- 1 Принципы деятельности государственных служащих.
- 2 Национальный этикет делового общения. Великобритания.

Вариант 22

1 Базовые моральные принципы управленческой деятельности и нравственные нормы служебного поведения.

2 Национальный этикет делового общения. Япония.

Вариант 23

1 Этические принципы деятельности государственных служащих

2 Национальный этикет делового общения. Китай.

Вариант 24

1 Этические нормы деятельности государственных служащих.

2 Национальный этикет делового общения. США.

Вариант 25

1 Этический кодекс, как система определенных нравственных стандартов, конкретных норм поведения государственного служащего.

2 Деловые переговоры.

Вариант 26

1 Сущность и основные принципы этики деловых отношений.

2 Дипломатический протокол.

Вариант 27

1 Общение как социально-психологическая категория.

2 Правила рассадки за столом при проведении деловых приемов.

7 Список рекомендованных источников

- 1 Государственная служба: культура поведения и деловой этикет. - М.: «Академия», 2015.
- 2 Зарецкая Е.Н. Деловое общение. - М.: Аспект-пресс, 2014.
- 3 Зарецкая Е.Н. Профессиональная этика. Учебное пособие. –Волгоград: ВолГУ, 2013.
- 4 Кошечкина И.П., Канке А.А. Профессиональная этика и психология делового общения: учебное пособие. – М.: Альфа-М: ИНФРА-М, 2013.
- 5 Культура устной и письменной речи делового человека. Справочник-практикум. - М.: Эксмо, 2014.
- 6 Кибанов А.Я., Захаров Д.К., Коновалова В.Г. Этика деловых отношений: Учебник. – М.: ИНФА-М, 2014.
- 7 Леонов Н.И. Психология делового общения. Учебное пособие. -Ижевск, «Феникс» 2015.
- 8 Сутырин Ф.Д. Этикет и дипломатический протокол для всех. – СПб.: Питер, 2015.
- 9 Бороздина Г.В. Психология делового общения: учебник. 2-е изд. - М.: Аспект-пресс, 2014.
- 10 Горанчук В.В. Психология делового общения и управленческих воздействий: теория и практика: учеб. Пособие. - СПб.: Питер, 2013.