

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ОРЕНБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

**МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ
ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ**

Б1.В.ДВ.02.02 Деловой этикет

Направление подготовки 06.03.01 Биология

Профиль образовательной программы Микробиология

Форма обучения очная

СОДЕРЖАНИЕ

1. Конспект лекций.....	3
1.1 Лекция № 1 Личность, культура, этика.....	3
1.2 Лекция № 2 Этика и этикет в отношениях руководителя и подчиненных.....	8
1.3 Лекция № 3 Этикет составления корреспонденции.....	19
1.4 Лекция № 4 Подготовка и проведение деловых встреч.....	21
1.5 Лекция № 5 Этика телефонных переговоров	25
1.6 Лекция № 6 Национальные особенности делового общения.....	28
1.7 Лекция № 7 Национальные особенности делового общения.	31
1.8 Лекция № 8 Этикет деловой женщины.....	36
1.9 Лекция № 9 Этикетные правила в особых случаях.....	40
1.10 Лекция № 10 Внешность делового человека	48
2. Методические указания по проведению семинарских занятий.....	54
2.1 Семинарское занятие № С-1 Личность, культура, этика.....	54
2.2 Семинарское занятие № С-2 Личность, культура, этика.....	54
2.3 Семинарское занятие № С-3 Этика и этикет в отношениях руководителя и подчиненных.....	54
2.4 Семинарское занятие № С-4 Этика и этикет в отношениях руководителя и подчиненных.....	54
2.5 Семинарское занятие № С-5 Этикет составления корреспонденции.	54
2.6 Семинарское занятие № С-6 Этикет составления корреспонденции.	54
2.7 Семинарское занятие № С-7 Подготовка и проведение деловых встреч.....	55
2.8 Семинарское занятие № С-8 Подготовка и проведение деловых встреч.....	55
2.9 Семинарское занятие № С-9 Этика телефонных переговоров	55
2.10 Семинарское занятие № С-10 Этика телефонных переговоров	55
2.11 Семинарское занятие № С-11 Национальные особенности делового общения.....	56
2.12 Семинарское занятие № С-12 Национальные особенности делового общения.....	56
2.13 Семинарское занятие № С-13 Национальные особенности делового общения.....	56
2.14 Семинарское занятие № С-14 Этикет деловой женщины.	56
2.15 Семинарское занятие № С-15 Этикет деловой женщины.	56
2.16 Семинарское занятие № С-16 Этикетные правила в особых случаях	57
2.17 Семинарское занятие № С-17 Этикетные правила в особых случаях	57
2.18 Семинарское занятие № С-18 Внешность делового человека.....	57
2.19 Семинарское занятие № С-19 Внешность делового человека.....	57

1. КОНСПЕКТ ЛЕКЦИЙ

1.1 Лекция № 1 (2 часа).

Тема: «Личность, культура, этика»

1.1.1 Вопросы лекции:

1. Понятие об этикете. Происхождение профессиональной этики.
2. Профессионализм как нравственная черта личности.
3. Виды профессиональной этики. Необходимые профессиональные, человеческие качества.

1.1.2 Краткое содержание вопросов:

1. Понятие об этикете. Происхождение профессиональной этики

Сложившиеся нормы нравственности являются результатом длительного по времени процесса становления взаимоотношений между людьми. Без соблюдения этих норм невозможны политические, экономические, культурные отношения, ибо нельзя существовать, не уважая друг друга, не налагая на себя определенных ограничений. Этикет – слово французского происхождения, означающее манеру поведения. К нему относятся правила учтивости и вежливости, принятые в обществе. Современный этикет наследует обычаи практически всех народов, от древности до наших дней. В своей основе эти правила поведения являются всеобщими, поскольку они соблюдаются представителями не только какого-то данного общества, но и представителями самых различных социально-политических систем, существующих в современном мире. Народы каждой страны вносят в этикет свои поправки и дополнения, обусловленные общественным строем страны, спецификой ее исторического строения, национальными традициями и обычаями. По мере изменений условий жизни человечества, роста образований и культуры одни правила поведения сменяются другими. То, что раньше считалось неприличным, становится общепринятым, и наоборот. Но требования этикета не являются абсолютными: соблюдение их зависит от места, времени и обстоятельств. Поведение, недопустимое в одном месте и при одних обстоятельствах, может быть уместным в другом месте и при других обстоятельствах. Нормы этикета, в отличие от норм морали, являются условными, они носят характер неписаного соглашения о том, что в поведении людей является общепринятым, а что нет. Каждый культурный человек должен не только знать и соблюдать основные нормы этикета, но и понимать необходимость определенных правил и взаимоотношений. Манеры во многом отражают внутреннюю культуру человека, его нравственные и интеллектуальные качества. Умение правильно вести себя в обществе имеет очень большое значение: оно облегчает установление контактов, способствует достижению взаимопонимания, создает хорошие, устойчивые взаимоотношения. Следует отметить, что тактичный и воспитанный человек ведет себя в соответствии с нормами этикета, не только на официальных церемониях, но и дома. Подлинная вежливость, в основе которой лежит доброжелательность, обуславливается тактом, чувством меры, подсказывающим, что можно, а чего нельзя делать при тех или иных обстоятельствах. Такой человек никогда не нарушит общественного порядка, ни словом, ни поступком не обидит другого, не оскорбит его достоинства. Итак, этикет – очень большая и важная часть общечеловеческой культуры, нравственности, морали, выработанной на протяжении многих веков жизни всеми народами в соответствии с их представлениями о добре, справедливости, человечности – в области моральной культуры; о красоте, порядке, благоустройстве, бытовой целесообразности – в области культуры материальной.

Выяснить происхождение профессиональной этики – это проследить взаимосвязь моральных требований с разделением общественного труда и возникновением профессии. На эти вопросы много лет назад обращали внимание Аристотель, затем Конт, Дюркгейм. Они говорили о взаимосвязи разделения общественного труда с моральными принципами

общества. Впервые материалистическое обоснование этих проблем дали К. Маркс и Ф. Энгельс. Возникновение первых профессионально-этических кодексов относится к периоду ремесленного разделения труда в условиях становления средневековых цехов в XI-XII вв. Именно тогда впервые констатируют наличие в цеховых уставах ряда нравственных требований по отношению к профессии, характеру труда, соучастникам по труду. Однако ряд профессий, имеющих жизненно важное значение для всех членов общества, возникли в глубокой древности, и поэтому такие профессионально - этические кодексы, как "Клятва Гиппократ", нравственные установления жрецов, исполнявших судебные функции, известны гораздо раньше. Появление профессиональной этики во времени предшествовало созданию научных этических учений, теорий о ней. Повседневный опыт, необходимость в регулировании взаимоотношений людей той или иной профессии приводили к осознанию и оформлению определенных требований профессиональной этики. Профессиональная этика, возникнув как проявление повседневного морального сознания, затем уже развивалась на основе обобщенной практики поведения представителей каждой профессиональной группы. Эти обобщения содержались как в писаных, так и в неписаных кодексах поведения, так и в форме теоретических выводов. Таким образом, это свидетельствует о переходе от обыденного сознания к теоретическому сознанию в сфере профессиональной морали. Большую роль в становлении и усвоении норм профессиональной этики играет общественное мнение. Нормы профессиональной морали не сразу становятся общепризнанными, это бывает связано с борьбой мнений. Взаимосвязь профессиональной этики и общественного сознания существует и в форме традиции. Различные виды профессиональной этики имеют свои традиции, что свидетельствует о наличии преемственности основных этических норм, выработанных представителями той или иной профессии на протяжении столетий.

2. Профессионализм как нравственная черта личности

Профессиональная этика - это совокупность моральных норм, которые определяют отношение человека к своему профессиональному долгу. Нравственные отношения людей в трудовой сфере регулирует профессиональная этика. Общество может нормально функционировать и развиваться только в результате непрерывного процесса производства материальных и ценностей. Содержанием профессиональной этики являются кодексы поведения, предписывающие определенный тип нравственных взаимоотношений между людьми и способы обоснования данных кодексов. Профессиональная этика изучает: - отношения трудовых коллективов и каждого специалиста в отдельности; - нравственные качества, личности специалиста, которые обеспечивают наилучшее выполнение профессионального долга; - взаимоотношения внутри профессиональных коллективов, и те специфические нравственные нормы, свойственные для данной профессии; - особенности профессионального воспитания. Профессионализм и отношение к труду являются важными характеристиками морального облика личности. Они имеют первостепенное значение в личностной характеристике индивида, но на различных этапах исторического развития их содержание и оценка существенно различались. В классовом обществе они определялись социальным неравенством видов труда, противоположностью умственного и физического труда, наличием привилегированных и непривилегированных профессий. О классовом характере морали в сфере труда свидетельствует написанная в первой трети II века до н.э. христианская библейская книга "Мудрость Иисуса, сына Сирахова", в которой есть поучение о том, как следует относиться к рабу: "корм, палка и бремя - для осла; хлеб, наказание и дело - для раба. Занимай раба работой и будешь иметь покой; ослабь руки ему - и он будет искать свободы". В Древней Греции физический труд по ценности и значимости находился на самой нижней оценке. А в феодальном обществе религия рассматривала труд как наказание за первородный грех, а рай представлялся как вечная жизнь без труда. При капитализме отчуждение рабочих от средств производства и

результатов труда порождало два типа нравственности: хищнически-грабительскую капиталистическую и коллективистски - освободительскую рабочего класса, распространявшуюся и на сферу труда. Об этом пишет Ф. Энгельс: "...каждый класс и даже профессия имеют свою мораль". Те ситуации, в которых оказываются люди в процессе выполнения своих профессиональных задач, оказывают сильное влияние на формирование профессиональной этики. В процессе труда между людьми складываются определенные моральные отношения. В них есть ряд элементов, присущих всем видам профессиональной этики. Во-первых, это отношение к общественному труду, к участникам трудового процесса. Во-вторых, это те моральные отношения, которые возникают в области непосредственного соприкосновения интересов профессиональных групп друг с другом и обществом. Профессиональная этика не является следствием неравенства в степени моральности различных профессиональных групп. Просто к некоторым видам профессиональной деятельности общество проявляет повышенные моральные требования. В основном, это такие профессиональные сферы, в которых сам процесс труда требует согласованности действий всех его участников. Уделяется особое внимание моральным качествам работников той сферы, которые связаны с правом распоряжаться жизнью людей. Здесь речь идет не только об уровне моральности, но и, в первую очередь, о должном исполнении своих профессиональных обязанностей (это профессии из сфер услуг, транспорта, управления, здравоохранения, воспитания). Трудовая деятельность людей этих профессий, более, чем каких-либо других, не поддается предварительной регламентации, не уместается в рамках служебных инструкций. Она по своему существу является творческой. Особенности труда этих профессиональных групп усложняют моральные отношения, и к ним прибавляется новый элемент: взаимодействие с людьми - объектами деятельности. Здесь нравственная ответственность приобретает решающее значение. Общество рассматривает нравственные качества работника как один из ведущих элементов его профессиональной пригодности. Общественные нормы должны быть конкретизированы в трудовой деятельности человека с учетом специфики его профессии. Таким образом, профессиональная мораль должна рассматриваться в единстве с общепринятой системой морали. Нарушение трудовой этики сопровождается разрушением общих моральных установок, и наоборот. Безответственное отношение работника к профессиональным обязанностям представляет опасность для окружающих, наносит вред обществу, может привести, в конечном счете, и к деградации самой личности. В современном обществе личностные качества индивида начинаются с его деловой характеристики, отношения к труду, уровня профессиональной пригодности. Все это определяет исключительную актуальность вопросов, составляющих содержание профессиональной этики. Подлинный профессионализм опирается на такие моральные нормы как долг, честность, требовательность к себе и своим коллегам, ответственность за результаты своего труда.

3. Виды профессиональной этики. Необходимые профессиональные, человеческие качества

Виды профессиональной этики. Каждому роду человеческой профессиональной деятельности соответствуют определенные виды профессиональной этики со своими специфическими особенностями. Этика рассматривает моральные качества человека безотносительно к психическим механизмам, стимулирующим появление данных качеств. Изучение этики показывает многообразие, разносторонность профессиональных моральных отношений, моральных норм. Профессиональные моральные нормы⁴ - это правила, образцы, порядок внутренней регуляции личности на основе этических идеалов. Врачебная этика изложена в «Этическом кодексе Российского врача», принятом в 1994 г. Ассоциацией российских врачей. Ранее, в 1971 г., была создана присяга врача Советского Союза. Представление о высоком моральном облике и образце этического поведения врача связано с именем Гиппократ. Традиционная врачебная этика решает вопрос

личного контакта и личных качеств взаимоотношений врача и пациента, а также гарантий врача не нанести вред конкретному индивиду. Биомедицинская этика (биоэтика) представляет собой конкретную форму современной профессиональной этики врача, это система знаний о допустимых границах манипулирования жизнью и смертью человека. Манипуляция должна регулироваться нравственно. Биоэтика - это форма защиты биологической жизни человека. Основная проблема биоэтики: самоубийство, эвтаназия, определение смерти, трансплантология, экспериментирование на животных и человеке, отношение врача и пациента, отношение к психически неполноценным людям, организация хосписов, деторождение (генная инженерия, искусственное осеменение, «суррогатное» материнство, аборт, контрацепция). Целью биоэтики является выработка соответствующих регламентаций для современной биомедицинской деятельности. В 1998 г. при Московской Патриархии по благословению Святейшего Патриарха Алексия II был создан Совет по биомедицинской этике. В него вошли известные богословы, священнослужители, врачи, ученые, юристы. Профессиональная этика журналиста, подобно другим видам профессиональной этики, начала формироваться непосредственно в трудовой деятельности. Она проявила себя в ходе кодификации тех профессионально-нравственных представлений, которые стихийно сложились в рамках способа журналистской деятельности и так или иначе были зафиксированы профессиональным сознанием журналистского сообщества. Появление первых кодексов означало завершение длительного процесса формирования профессиональной журналистской морали и одновременно открыло новый этап в ее развитии. Этот новый этап базировался на целенаправленном самопознании журналистской деятельности и практическом применении его результатов. Особым проявлением профессиональной этики выступает экономическая этика («деловая этика», «этика бизнеса»). Экономическая этика - наука древняя. Ее начало положено Аристотелем в произведениях «Этика», «Никомахова этика», «Политика». Аристотель не отделяет экономику от экономической этики. Он советует своему сыну Никомаху заниматься только производством благ. Его принципы нашли развитие в идеях и концепциях католических и протестантских теологов, которые в течение длительного времени напряженно размышляли над проблемами этики бизнеса. Одной из первых этико-экономических концепций была концепция Генри Форда, одного из основателей автомобильной промышленности США. Он считал, что счастье и благосостояние добываются только честной работой и что в этом заключается этический здравый смысл, суть фордовской экономической этики заключена в мысли о том, что произведенный продукт не просто реализованная «деловая теория», а «нечто большее» - теория, цель которой создать из мира вещей источник радости. Сила и машина, деньги и имущество полезны лишь постольку, поскольку они способствуют жизненной свободе. Эти экономические установки Г. Форда имеют практическое значение и в настоящее время. Экономическая этика - это совокупность норм поведения предпринимателя, требования, предъявляемые культурным обществом к его стилю работы, характеру общения между участниками бизнеса, их социальному облику. Экономическая этика включает в себя деловой этикет, который формируется под влиянием традиций и определенных сложившихся исторических условий конкретной страны. Основными постулатами этического кодекса предпринимателя являются следующие: он убежден в полезности своего труда не только для себя, но и для других, для общества в целом; исходит из того, что люди, окружающие его, хотят и умеют работать; верит в бизнес, расценивает его как привлекательное творчество; признает необходимость конкуренции, но понимает и необходимость сотрудничества; уважает любую собственность, общественные движения, уважает профессионализм и компетентность, законы; ценит образование, науку и технику. Эти основные принципы этики делового человека могут быть конкретизированы применительно к различным сферам его профессиональной деятельности. Для России проблемы экономической этики приобретают большое значение. Это объясняется стремительным формированием рыночных отношений в нашей

стране. В юридической деятельности главная проблема -- это соотношение законности и справедливости. Консерватизм законодательства, сложность регулируемых им отношений могут создать такие ситуации, при которых некоторые варианты вердикта, формально соответствующие букве закона, по духу будут ему противоречить, будут несправедливы. Для профессии юриста справедливость есть основной постулат, цель деятельности. Деловая этика формируется уже в рамках «экономической ячейки» -- трудового коллектива. Служебные отношения должны строиться на партнерстве, исходить из взаимных запросов и потребностей, из интересов дела. Такое сотрудничество, бесспорно, повышает трудовую и творческую активность, является важным фактором технологического процесса производства, бизнеса. Этикет является одним из главных «орудий» создания имиджа. В современном бизнесе лицу фирмы отводится немалая роль. Те фирмы, в которых этикет не соблюдается, теряют очень многое. Там, где он есть, выше производительность, лучше результаты. С такой фирмой удобнее работать, т.е. этикет создает комфортный психологический климат, способствующий деловым контактам. Этика социальной работы⁵ - это проявление общих норм морали в социальном обслуживании. В профессиональной деятельности таких специалистов, заключающейся в оказании помощи индивидам, семьям, социальным группам или общинам, нравственно-этические нормы играют особую роль. Они отражены в профессионально-этическом кодексе социального работника России, принятом Межрегиональной ассоциацией работников социальных служб в 1994 г. Этика менеджмента - наука, рассматривающая поступки и поведение человека, действующего в сфере управления, и функционирование организации как «совокупного 18 менеджера» относительно своей внутренней и внешней среды в том аспекте, в каком действия менеджера и организации соотносятся с общечеловеческими этическими требованиями. В настоящее время основные принципы и правила делового поведения формулируются в этических кодексах. Это могут быть стандарты, по которым живут отдельные фирмы (корпоративные кодексы), или правила, регулирующие отношения внутри целой отрасли (профессиональные кодексы). Возникновение профессиональной этики привело к появлению профессиональных кодексов. Возникновение первых профессионально-этических кодексов относится к периоду ремесленного разделения труда в условиях становления средневековых цехов в XI-XII вв. Именно тогда впервые констатируют наличие в цеховых уставах ряда нравственных требований по отношению к профессии, характеру труда, соучастникам по труду. Кодексы этики существуют как часть профессиональных стандартов, разрабатываемых для различных видов деятельности в системе государственного управления. Они представляют собой совокупность нравственных принципов и конкретных этических норм и правил деловых взаимоотношений и общения. Кодексы этики - это свод норм правильного, одобряемого поведения, считающегося уместным для человека той профессии, к которой данный кодекс имеет отношение. Соблюдение правил этикета - хороших манер должно быть нормой поведения, как в обществе, так и при исполнении своих профессиональных обязанностей. Соблюдение этих негласных правил даёт каждому человеку залог успеха на работе, понимания в обществе и просто человеческого спокойствия, жизненного успеха и счастья. Одним из основных принципов современной жизни является поддержание нормальных отношений между людьми и стремление избежать конфликтов. В свою очередь, уважение и внимание можно заслужить лишь при соблюдении вежливости и сдержанности. Поэтому ничто не ценится окружающими нас людьми так дорого, как вежливость и деликатность. В обществе хорошими манерами считаются скромность и сдержанность человека, умение контролировать свои поступки, внимательно и тактично общаться с другими людьми. Дурными манерами принято считать привычки громко говорить, не стесняясь в выражениях, развязность в жестикуляции и поведении, неряшливость в одежде, грубость, проявляемые в откровенной недоброжелательности к окружающим, в пренебрежении к чужим интересам и запросам, в беззастенчивом навязывании другим людям своей воли и

желаний, в неумении сдерживать свое раздражение, в намеренном оскорблении достоинства окружающих людей, в бестактности, сквернословии, употреблении унижительных прозвищ. Такое поведение неприемлемо для культурного и воспитанного человека как в обществе, так и на работе. Обязательным условием общения является деликатность. Деликатность не должна быть излишней, превращаться в льстивость, приводить к ничем неоправданному восхвалению увиденного или услышанного. Тактичность, чуткость - это и чувство меры, которую следует соблюдать в разговоре, в личных и служебных отношениях, умение чувствовать границу, за которой в результате наших слов и поступков у человека возникает незаслуженная обида, огорчение, а иногда и боль. Уважение к другим - обязательное условие тактичности даже между хорошими товарищами. Культура поведения в равной степени обязательна и со стороны нижестоящего по отношению к вышестоящему. Она выражается, прежде всего, в честном отношении к своим обязанностям, в строгой дисциплинированности, а также в уважении, вежливости, тактичности по отношению к руководителю. То же - по отношению к сослуживцам. Требуя уважительного отношения к себе, задавайтесь чаще вопросом: отвечаете ли вы им тем же. Скромный человек никогда не стремится показать себя лучше, способнее, умнее других, не подчеркивает своего превосходства, своих качеств, не требует для себя никаких привилегий, особых удобств, услуг. Вместе с тем, скромность не должна ассоциироваться ни с робостью, ни с застенчивостью. Это совершенно различные категории. Очень часто скромные люди оказываются намного тверже и активнее в критических обстоятельствах, но при этом известно, что спором убедить в своей правоте невозможно. Д. Карнеги считает одним из золотых правил следующее: "Людей надо учить так, как если бы вы их не учили. И незнакомые вещи преподносить, как забытые". Спокойствие, дипломатичность, глубокое понимание аргументации собеседника, хорошо продуманная контраргументация, основанная на точных фактах - вот решение этого противоречия между требованиями "хорошего тона" при дискуссиях и твердости в отстаивании своего мнения.

1.2. Лекция №2 (2 часа)

Тема: «Этика и этикет в отношениях руководителя и подчиненных»

1.2.1. Вопросы лекции:

1. Основные этические категории, их абстрактность и относительность
2. Этикет общения руководителя и подчиненного.
3. Требования этикета к служащему при приеме посетителей

1.2.2 Краткое содержание вопросов

1. Основные этические категории, их абстрактность и относительность

Слова «этика», «мораль», «нравственность» часто употребляются как синонимы, и этому способствует перевод слов «этнос» и «моралис» с греческого и латинского как «обычай», «уклад», «порядок», «нрав». Однако в философии сложилась традиция различения этих понятий.

Термины «мораль», «нравственность» здесь означают определенную сферу общественной и личной жизни, сферу культуры, а под «этикой» понимается исследование, изучение морали и ее обоснование.

Таким образом, мораль, или нравственность, является предметом изучения этики, подобно тому, как право представляет собой предмет юридической науки, а язык - языкознания.

Иногда этику и определяют как науку о морали. Однако не всякое учение является научным, ибо научность - это высшая форма знания, предполагающая его истинность, систематичность, доказательность и проверяемость. Поэтому точнее этику определить именно как учение о морали.

При этом важно подчеркнуть, что этика не просто учение о морали, но и моральное учение, ибо в зависимости от того или иного понимания морали формируется и само моральное состояние субъекта.

Этическое учение как бы создает, формирует свой предмет, наделяет его определенными характеристиками. Этика может полагать, что мораль дана человеку свыше, Богом, либо утверждать ее природное, эволюционное происхождение, либо вскрывать и анализировать ее общественно-историческую природу. И все эти концептуальные представления о своем предмете будут одновременно являться и разными состояниями морали, разными системами ценностей и требований к человеческому поведению. Поэтому некоторые ученые даже определяют этику как самосознающий моральный опыт, то есть как теоретическую рефлекссию морального сознания о самом себе.

Можно рассмотреть представление морали как предмет этики.

В первом приближении мораль можно определить как совокупность правил и норм поведения, которыми люди руководствуются в своей жизни. Эти нормы выражают отношения людей друг к другу, коллективу, обществу в целом. При этом важнейшую черту морального отношения составляет оценка общественных явлений и человеческого поведения с точки зрения добра и зла, справедливости или несправедливости. С помощью нравственных оценок эти отношения и поведение людей как бы проверяются на их соответствие высшим нравственным ценностям, нравственно-идеальному порядку.

К сфере морали относят также сами отношения и нормы поведения людей, получившие устойчивый общеобязательный характер и образующие общественные нравы.

Не менее важно для морали и наличие у человека качеств и склонностей, делающих его способным к нравственной жизни, - «добродетелей». Это такие устойчивые черты характера и ценностные установки, которые отражают наличие у человека потребностей в духовных ценностях, внутреннее уважение им нравственного миропорядка, способность жить по совести, вести себя культурно и ответственно.

Отсюда можно сделать вывод о том, что к сфере морали относятся достаточно разнородные явления: правила и нормы поведения, оценки и ценности, идеалы, свойства и способности человеческого характера, само поведение людей.

Поэтому перед этикой, которая не ограничивается только описанием и изложением правил поведения и нравственного миропорядка, а стремится обосновать его, встает проблема нахождения общего основания всего многообразия проявлений морали, выявление сущности нравственного освоения действительности.

Задача постижения сущности морали, ее природы для сознательного переустройства жизни на истинных началах добра, справедливости и человечности всегда занимала лучшие умы человечества. При этом они наталкивались на тот факт, что люди в вопросах морали, в своих оценках, в понимании добра, долга, справедливости не могли прийти к общему мнению, выработать единую систему ценностей для нравственной жизни. Это заставляло одних философов сомневаться в возможности научного, истинного познания природы морали, других - умножать свои усилия на этом пути.

Что есть добро, человечность, жизненная правда, в чем состоит назначение человека и его нравственный долг, что делает жизнь человека осмысленной и счастливой?

Почему то, что представляется благом, добром и справедливостью для одних, часто оборачивается злом, несправедливостью, страданием для других? При чем каждая сторона искренне убеждена в истинности и справедливости своей позиции, ее самоочевидности и негодует на несогласных. Свидетельствует ли это о субъективности самих моральных ценностей, их зависимости от позиции и точки зрения человека или же это показывает ошибочность человеческих суждений относительно единственно истинного понимания добра и справедливости? Тогда как отрешиться от своей пристрастности и возвыситься до постижения общезначимого, единого для всех добра?

В зависимости от того, как решаются эти важнейшие вопросы человеческого бытия, люди строят свою жизнь в других сферах жизни - в политике, экономике, повседневном быту. Жизнь по совести предполагает, что человек не просто следует определенным нормам и правилам поведения, но и постоянно задумывается о природе этих норм, о содержании моральных требований и ценностей.

Оставаясь в рамках собственного морального сознания, невозможно ответить на вопросы, откуда возникают представления людей о добре и долге, чести и совести, откуда берутся нормы, принципы и идеалы, что определяет их содержание? Отчего так трудно взаимопонимание в сфере моральных оценок? Чем определяется различие и даже противоречивость нравственных позиций людей и есть ли надежный критерий для их сравнения и оценки? На что должны опираться моральные оценки, чтобы быть справедливыми?

Чтобы ответить на эти вопросы, недостаточно личной моральной чистоты и искренности, мало одного желания и решимости быть честным и порядочным человеком. Ответы на эти и многие другие вопросы из области практической нравственности вытекают из общего понимания природы морали, ее специфики, места и роли в процессе исторического развития общества и человека. Поэтому здесь необходимы научные знания о нравственности, которые призвана давать этика.

Итак, мораль представляет собой сложную сферу духовной жизни человека и общества, сферу духовной культуры и является предметом изучения этики. Этика же является учением о морали, о нравственном освоении человеком действительности. Этика не создает морали, не придумывает нормы, принципы, правила поведения, оценки и идеалы, а изучает, теоретически обобщает, систематизирует и стремится обосновать одни нормы и ценности и раскритиковать и опровергнуть другие. Для этого она с необходимостью должна раскрыть источник происхождения моральных ценностей, общую природу морали, ее специфику и роль в жизни человека, выявить закономерности функционирования и развития.

Тем самым этические знания становятся важным фактором формирования духовной культуры общества и нравственного миропонимания личности. И хотя, как уже отмечалось, не этика формирует моральный облик, человека, она как бы заранее предполагает нравственную развитость тех, к кому обращается, - без этических знаний нравственная позиция личности оказывается либо несовершенна, либо уязвима.

Занимая определенную нравственную позицию и обосновывая соответствующие ей ценности и требования, этика должна ответить на целый ряд теоретических вопросов, образующих круг ее проблем.

Прежде всего это вопросы о происхождении и природе морали, об источнике и содержании нравственного должностования, о содержании и критериях добра и зла, долга, других нравственных ценностей, о самой природе нравственной идеализации и сущности человеческих добродетелей.

Важнейшим для этики вопросом является проблема моральной свободы в мире всеобщего детерминизма и господства причинно-следственных связей и отношений, проблема морального выбора, его эффективности и целесообразности, соотношения в нем целей, средств и результатов.

Это также вопросы о критериях и факторах моральной оценки явлений человеческой жизни, проблемы моральных конфликтов, способов их разрешения и предупреждения.

Все это лишь небольшая часть важнейших теоретических вопросов, различное понимание которых в этике определяет сложность и многообразие содержания историко-этического процесса.

Этика начинается с выяснения того, что представляет собой феномен морального выбора, который ставит перед каждым из нас очень непростые и достаточно неприятные проблемы. Этика занимается созданием и обоснованием этических систем, дающих

человеку ориентиры, помогающие осознано совершить этот выбор и, главное, распознать ситуацию, где этот выбор неминуем, поскольку отказ от принятия морального решения сам по себе есть решение сдаться обстоятельствам.

Завершается этика выявлением общих этических принципов, проявляющихся независимо от конкретных особенностей той или иной этической системы и обладающих достаточно убедительной самоочевидностью.

В ситуации морального выбора человек осуществляет моральное поведение, основываясь на частично осознанных, частично неосознаваемых ориентирах. Осознание и явное выражение этих ориентиров составляет предмет морали. Мораль - это не наука в том смысле, что она ничего не изучает. Она только научает тому, что является должным. В ситуации, осознаваемой как ситуация морального выбора, человек опирается на свои представления о морали. Этика исходит из предпосылки, что мораль как должное существует независимо от субъективных представлений. Этика изучает мораль и ее основания в рамках различных этических систем, которые исходят из различных предпосылок о природе морали, включая предпосылку о реальном существовании морали, без которой этика оказалась бы беспредметной. Кроме того, этика устанавливает общие, по крайней мере для большинства этических систем, принципы. (Например, утверждение, что разрушение системы моральных ориентиров опаснее, чем нарушение любого из этих ориентиров. Или короче: разрушение морали - морально хуже нарушения морали.)

Стоит отметить, что людям гораздо легче согласиться по вопросу, что плохо или хорошо с точки зрения морали, чем философам о превосходстве и обоснованности той или иной этической системы. Общие принципы этики, в свою очередь, вызывают гораздо меньше споров, чем проблема обоснования морали.

Моральный выбор состоит в том, что человеку приходится решать, не противоречат ли какие-то притягательные для нас ценности каким-то не вполне осознаваемым интересам сохранения и развития собственной личности. Моральный поступок совершается вопреки очевидному, заставляет жертвовать полезным и приятным. В ситуации морального выбора то, что хорошо для становления личности, противопоставляется не только тому, что непосредственно полезно или доставляет удовольствие. Категория «хорошо» противопоставляется даже категории «правильно».

Действие, совершаемое на основе сознательного выбора одной из ряда возможностей, называется поступком. Поступок - это действие, совершаемое в результате сознательного предпочтения одной из представленных человеку возможностей. Поступок есть плод выбора того, что человеку в данный момент представляется благом, то есть чем-то полезным или хорошим для него. Более того, очень часто человек оказывается перед альтернативой, когда приходится выбирать между тем или иным благом. Такой выбор заставляет оценивать различные виды блага. Тем самым предполагается, что благо имеет ценность. Это не значит, что ценность того или иного блага может быть объективно измерена (выражена числом). Это значит только то, что человек, совершая свой выбор, вынужден принимать решение о том, какое из рассматриваемых им благ имеет для него более высокую ценность. Это решение может зависеть от конкретной ситуации.

Выбор предполагает способность человека оценивать различные виды блага и определять, что для него имеет наибольшую ценность в данном акте выбора. Иначе говоря, выбор доступен только разумному существу, способному рассуждать о ценностях. Однако одного разума здесь недостаточно. Человек может отчетливо понимать, какой выбор является наилучшим в данной ситуации, но при этом оказаться не способным на него решиться. Для выбора требуется воля, чтобы осуществить решение несмотря на внешние препятствия и внутреннее сопротивление. Может случиться, что выбирающий субъект связан по рукам и ногам (буквально или фигурально) и не может совершить намеченный выбор. В этом случае мы будем считать, что выбор совершен, если человек твердо решил поступить определенным способом и уверен, что он реализует свой поступок как только подвернется удобный случай. Это значит, что он остановился на

определенном решении, а не прокручивает мысленно все варианты снова и снова в надежде найти лазейку для отказа от сделанного выбора.

Разум и воля как предпосылки выбора делают человека ответственным за свой поступок. Он несет вину за дурные последствия содеянного. Речь может идти о юридической ответственности перед законами, принятыми в обществе. В этом случае говорится о вине перед законом или обществом, от имени которого выступает закон. Речь может идти о моральной ответственности, которую можно трактовать как ответственность перед конкретными людьми, перед совестью, Богом или даже самим собой. Важно только осознать, что ответственность возникает лишь при условии, что человек в состоянии пользоваться своим разумом и обладает свободной волей.

Свобода воли означает, что (по крайней мере, некоторые) действия человек осуществляет не под влиянием неумолимых причин, но в силу того, что субъект захотел так поступить. Свобода воли дает человеку способность совершать поступки. Тем самым выбор был бы чистой фикцией - человеку кажется, что он выбирает то или иное благо, а в действительности он марионетка действующих в нем природных или сверхъестественных сил. В этом случае сомнительным оказалось бы само существование человека, ибо человек определяется именно способностью поступать, а не просто как марионетка слушаться кукловода, дергающего за ниточки.

Моральное сознание характеризуется универсальностью, всеобщностью, способностью все сделать объектом суждения и оценки, которые она выносит с точки зрения «всего человечества». За этой «всечеловечностью», всеобщностью помещается общеисторическая потребность в признании и обеспечении ценности человеческой личности, абстрактных принципов подлинной человечности, присутствующих в истории наряду с искажающими их конкретно-историческими интересами.

Вследствие этого моральное сознание стремится смягчить и отрегулировать столкновение и борьбу этих интересов, само оставаясь как бы над ними и отражая поведение и отношения людей друг к другу с позиций идеального долженствования, с позиций критической неудовлетворенности сущим и противопоставления ему некой идеальной справедливости, совершенства. Отношение к личности как цели и ценности исторического развития выступает поэтому в моральном сознании как критерий моральных ценностей и оценивания на их основе всех явлений социальной действительности, в том числе сословных, национальных и классовых интересов, а не наоборот. Моральное сознание может опираться на общественное мнение, когда оно не противоречит его ценностям, но может и отвергать его с позиций индивидуальной честности и совести как индивидуального морального локатора.

Моральное сознание является некоторым целостным образованием, организующим свое содержание посредством определенной структуры, внутренней связи составляющих его элементов.

Простейшими и исторически первыми формами нравственного отражения были нормы, выражающие заключенную в многократно повторяющихся практических действиях людей общественную целесообразность.

В самом общем виде норма представляет собой требование, которое должно быть выполнено для достижения определенной цели. Она может быть выражена в форме наставления, запрета, поучения, правила или предписания, в форме заповеди и пожелания. Однако во всех случаях эти формы выступают способом выражения должного и несут в себе повелительное начало - требовательность, императивность.

Моральные нормы складываются в моральном сознании в определенную систему взаимозависимости и соподчинения, образуя более высокий, общий строй нравственного мышления - моральный кодекс, то есть совокупность моральных норм и принципов, объединенных по единому основанию.

Тем не менее жизнь всегда богаче и многообразнее всех норм и кодексов, а сложность жизненных ситуаций не поддается охвату в сколь угодно широком перечне

предписаний. Вследствие этого в моральном сознании с необходимостью появляются моральные принципы. При всей смысловой и содержательной близости принципов и норм они все же отличаются друг от друга прежде всего тем, что принципы - это более обобщенное выражение нравственного долженствования, относящееся не к отдельным ситуациям и поступкам, а к самой направленности деятельности человека, его жизненной ориентации.

Общественно-коллективистская сущность морали требует от личности ориентации на коллективные формы ценностной самореализации, развитие отношений человеческой солидарности, товарищества и взаимопомощи, взаимной честности и доверия между людьми. В этом смысле все моральные принципы ориентируются на приоритет общественно значимых ценностей, даже те, которые раскрывают не содержание деятельности, а формальные особенности выполнения моралью своих функций, например принцип самоотверженности.

Ценностная ориентация сознания есть более глубокое и устойчивое образование, нежели отдельные нормы, правила, принципы, добродетели и идеалы, ибо есть результат их взаимодействия. Она сама способна оценивать те или иные мотивы, оправдывать одни и приглушать другие, проявляться в поступках-порывах, не являющихся на первый взгляд результатом морального выбора субъекта, но вытекающего из его характера, который обязательно включает и моральный выбор, и сознательную работу над собой. Именно ценностная ориентация личности, пронизывая все этажи и подвалы психики человека - мышление, волю, чувства, подсознательные импульсы, - позволяет человеку мгновенно и не задумываясь выбрать верную линию поведения.

Таким образом, выборы, которые в отношении себя, своей семьи, вообще своих близких, состоят в достижении лишь безусловного, но не абсолютного блага, приобретают моральную ценность, когда они направлены на других. Здесь проявляется важнейшая черта моральных ценностей — они связаны с выбором альтруистической ориентации в поступках. Альтруизм превращает утилитарные блага в моральную ценность. Моральный момент здесь заключается не в природе самого блага, но в альтруистическом отношении к этому благу - готовности не столько получить это благо для себя, сколько обеспечить это благо другим.

Альтруистическое отношение к ценностям, которые сами по себе не имеют морального значения, превращает их в моральные ценности.

Здесь проявляется важный этический принцип конвертируемости натурального блага. То, что в отношении себя (или собственного Я, понимаемого как ближайшее окружение) является лишь натуральным благом, будучи направлено на других, конвертируется в моральную ценность. Или, как минимум, в то, что было бы уместно понимать как моральную заслугу, составляющую шаг к обретению морального блага. Важной предпосылкой такой заслуги является способность помыслить о житейских интересах других.

Основа человеческого эгоизма состоит в том, что мы болезненно ощущаем собственные нужды и беды, но плохо видим нужды других. Каждый из нас нуждается в помощи другого, но мы легко забываем, что эта ситуация симметрична: другой так же (если не больше) нуждается в нашей помощи. Суть моральной заслуги состоит в том, чтобы увидеть реальную ситуацию глазами других, представить себе мысли и чувства иных участников той же ситуации.

Человек имеет моральное достоинство ровно в той мере, в какой он готов (то есть способен и хочет) понять нужды другого. Моральная ценность блага определяется не его натуральным содержанием, но отношением субъекта к выбору этого блага - его внутренней установкой. Дело даже не только в том, что натуральное благо приобретает моральную ценность, когда оно достигается ради другого и для другого. Существенно еще и то, совершается ли данный поступок по велению сердца или как формальное исполнение долга.

Наряду с нравственными ценностями и на их основе в моральном сознании формируется целая сеть понятий, образующих его «высший этаж». Это понятия добра и зла, долга и совести, чести и достоинства, счастья и смысла в жизни. С их помощью люди ориентируются в жизни, оценивают человеческие поступки и поведение, устанавливают значение и ценность общественных явлений с точки зрения их соответствия гуманистическим ценностям морали.

Наиболее общими понятиями морального сознания, служащими для разграничения и противопоставления нравственного и безнравственного, являются понятия добра и зла.

Добро - это все, положительно оцениваемое моральным сознанием при соотнесении с гуманистическими принципами, то есть то, что способствует развитию в человеке и обществе человечности, взаимопонимания и согласия. Моральное сознание всем своим содержанием утверждает необходимость следования моральным ценностям, и поэтому можно утверждать, что добро есть выполнение требований морали, следование моральному долгу. Объективным же основанием долга и добра является общественная необходимость в регулировании общественных отношений с точки зрения их соответствия ценностям человеческой жизни - свободному развитию человеческой личности.

Соответственно зло означает нарушение требования добра, пренебрежение моральными ценностями и долгом им следовать.

И если первоначально представления о добре заключали в себе идею блага, полезности и ценности вообще - это значение понятия добра как материальных благ, имущества можно проследить во многих языках, - то с развитием морали как духовного саморегулятора поведения эти представления все более идеализируются и наполняются нравственным содержанием.

Моральное сознание считает добром все, что способствует развитию в обществе и человеке гуманности, искреннего и добровольного единения людей, их духовной сплоченности и согласия. Это доброжелательство и милосердие, взаимопомощь и сотрудничество, взаимопонимание и уважение, следование долгу и требованиям совести, честность и великодушие, вежливость и тактичность. Все эти духовные, моральные ценности могут в отдельных случаях оказаться и нецелесообразными, и бесполезными, если под этими словами понимать утилитарную полезность, которую «можно положить в карман», но в целом именно они составляют единственно прочное духовное основание для осмысленной человеческой жизни.

Злом же оказывается все, что препятствует единению людей и гармонии общественных отношений, направлено против требований долга и совести ради удовлетворения эгоистических побуждений человека - корыстолюбие и алчность, тщеславие и жадность, грубость и насилие, неуважение, равнодушие и безразличие к интересам человека и общества.

Противостояние добра и зла составляет основное содержание нравственного развития общества и одну из труднейших проблем этики.

Ценностная ориентация на добро требует от человека определиться в отношении зла, понять необходимость его искоренения, причем адекватными самой морали средствами.

С позиций социально-исторической этики в конечном счете причинами зла и злой воли морального субъекта являются такие общественные отношения, при которых человек не может удовлетворять свои потребности предписанными культурой способами, а поэтому вынужден либо отказаться от них, накапливая в душе потенциал неудовлетворенности, либо отвергнуть сами культурные ценности, переплавив этот потенциал в злую волю.

Поэтому этика настаивает на необходимости борьбы со злом как социальным явлением, а не с людьми как его носителями. В первом случае победа добра достигается через поиск новых, более совершенных общественных отношений и способов разрешения

противостояния добра со злом, а во втором, когда идеалы добра пытаются воплотить решительно и скоро, присущими злу средствами - принуждением, ложью, насилием, - лишь умножают зло.

Поэтому слова поэта о том, что
Добро должно быть с кулаками,
Добро суровым быть должно,
Чтобы летела шерсть клоками,
Со всех, кто лезет на добро,

можно рассматривать как поэтическую метафору, передающую активно-деятельный характер морали, но никак не этическую рекомендацию об истреблении зла вместе с его вершителями.

Противостоять злу можно только социально-культурными и морально оправданными средствами. При этом моральная победа над злом вовсе не означает устранение самой противоположности добра и зла, основу существования нравственности.

Мораль в качестве глубоко личного, интимного регулятора поведения предполагает, что человек самостоятельно осознает объективное общественное содержание своего нравственного долга, и никакие ссылки ни на какие авторитеты, обычные формы поведения, общепринятость и распространенность не снимают с него ответственность за это и не могут его оправдать, если он понял свой долг верно.

Здесь вступает в свои права совесть - способность человека формулировать моральные обязательства, требовать от себя их выполнения, контролировать и оценивать свое поведение.

Руководствуясь велениями совести, человек берет на себя ответственность за свое понимание добра и зла, долга, справедливости, человечности, сам задает изнутри критерии моральной оценки и сам оценивает свое поведение. И если внешние опоры нравственного поведения - общественное мнение, веления закона, установленный распорядок или практикуемые обычно нормы поведения можно при случае как-то обойти или перехитрить, то обмануть самого себя оказывается невозможно. Если это и удастся, то исключительно самой дорогой ценой - ценой отказа от совести и потери человеческого достоинства.

Совесть неподкупна и бескомпромиссна в своих позициях, ибо в противном случае она начинает постепенно разрушаться если пытается смягчить собственные требования и оценки и злоупотребить присущей ей способностью самореабилитации. Она как бы стоит на страже интересов всеобщих принципов человечности в каждом отдельном человеке.

Поэтому совесть обязует человека целиком ориентироваться на идеалы гуманности и доброты, долга и чести, какими бы иллюзорными и нелепыми они ни казались в данный момент, и критически ответственно относиться к любым мнениям и собственным побуждениям, какими бы рассудительными и практичными они ни выглядели, расходясь с этими требованиями.

Зрелая развитая совесть предъявляет человеку максимальные требования, не приемля никаких компромиссов и уступок, и предполагает ответственность человека не только за свои убеждения и действия, но и за все происходящее вокруг. Порядочный, совестливый человек, даже если сам живет в согласии с моралью, преодолевая усилиями воли жизненные искушения и соблазны, не может не переживать несоответствия реальной жизни и требований нравственности и не чувствовать укоров совести за несовершенство человеческой природы и общественной жизни. Именно это свойство совести лежит в основе присущего моральному сознанию чувства виноватости даже без вины, которое абсолютизировалось религиозной христианской этикой в понятии греха и раскаяния. Причем парадокс совести заключается в том, что требования раскаяния, то есть переживание комплекса чувств недовольства собой и желания исправиться, способна предъявить моральному субъекту только развитая совесть, которой не в чем каяться, в то

время как остро нуждающаяся в покаянии совесть не способна этого осознать. Это же свойство совести быть моральным самосознанием и самоконтролем личности позволяет ей быть внутренним двигателем нравственного самосовершенствования человека, серьезным стимулом его активно-деятельностного отношения к окружающему миру с целью его улучшения.

Жизнь по совести повышает и укрепляет высокую положительную самооценку личности, ее чувство собственного достоинства и чести.

Вообще понятия чести и достоинства выражают в морали представление о ценности всякого человека как нравственной личности, требуя уважительного и доброжелательного отношения к человеку, признания за ним свободы самоопределения и равенства в правах с другими, и одновременно они выражают наряду с совестью способность личности к самоконтролю на основе требовательного и ответственного отношения к самому себе. Честь и достоинство человека предполагают совершение им только таких поступков, которые способны обеспечить ему общественное уважение, высокую личную самооценку и переживание морального удовлетворения, которые и не позволяют человеку поступать ниже своего достоинства.

Различие же этих понятий проявляется в том, что честь в большей мере связывается с общественной оценкой поведения человека как представителя определенной общности, сословия, профессиональной группы вместе с признаваемыми за ними заслугами и определенной репутацией. Честь требует от человека поддерживать и оправдывать ту репутацию, которой он обязан вследствие своей принадлежности к некоей общности и собственных заслуг, и в этом смысле она больше ориентируется на внешние критерии оценки.

Еще одним универсальным и важнейшим ценностным ориентиром морального сознания является понятие справедливости. Оно выражает идею правильного, должного порядка вещей в человеческих взаимоотношениях, который соответствует представлениям о назначении человека, его естественных и неотъемлемых правах и обязанностях.

2. Этикет общения руководителя и подчиненного

Деловое общение - необходимая часть человеческой жизни, важнейший вид отношений с другими людьми. Вечным и одним из главных регуляторов этих отношений выступают этические нормы, в которых выражены наши представления о добре и зле, справедливости и несправедливости, правильности или неправильности поступков людей. И общаясь в деловом сотрудничестве со своими подчиненными, начальником или коллегами, каждый так или иначе, сознательно или стихийно опирается на эти представления. Но в зависимости от того, как человек понимает моральные нормы. Какое содержание в них вкладывает, в какой степени он их вообще учитывает в общении. Он может как облегчить себе деловое общение, сделать его более эффективным, помочь в решении поставленных задач и достижении целей, так и затруднить это общение или даже сделать его невозможным. Хочется надеяться, что настоящий раздел в определенной степени поможет читателю не только осознать те часто скрытые от первого взгляда проблемы, которые возникают в процессе делового общения и служат ему препятствием, но и успешно справиться с ними.

Общение - процесс взаимодействия общественных субъектов: социальных групп, общностей или личностей, в котором происходит обмен информацией, опытом, способностями и результатами деятельности. Этику делового общения можно определить как совокупность нравственных норм, правил и представлений, регулирующих поведение и отношения людей в процессе их производственной деятельности.

Относитесь к другим так, как вы хотели бы, чтобы относились к вам. Как было сказано выше, в отрицательной форме в формулировке Конфуция оно гласит: «Чего не пожелаешь себе, того не делай другим».

Это правило применимо и к деловому общению, но по отношению к отдельным его видам: «сверху-вниз» (руководитель-подчиненный), «снизу-вверх» (подчиненный-руководитель), «по горизонтали» (сотрудник-сотрудник) требует конкретизации.

В деловом общении «сверху-вниз», т.е. в отношении руководителя к подчиненному, золотое правило этики можно сформулировать следующим образом: «Относитесь к своему подчиненному так, как вы хотели бы, чтобы к вам относился руководитель».

Искусство и успех делового общения во многом определяются теми этическими нормами и принципами, которые использует руководитель по отношению к своим подчиненным. Под нормами и принципами понимается то, какое поведение на службе является этически приемлемым, а какое - нет. Эти нормы касаются прежде всего того, как и на основе чего отдаются распоряжения в процессе управления, в чем выражается служебная дисциплина, определяющая деловое общение. Без соблюдения этики делового общения между руководителем и подчиненным большинство людей чувствуют себя в коллективе дискомфортно, нравственно не защищенными. Отношение руководителя к подчиненным влияет на весь характер делового общения, во многом определяет его нравственно-психологический климат. Именно на этом уровне формируются в первую очередь нравственные эталоны и образцы поведения.

Нравственные эталоны и образцы поведения

- Стремитесь превратить вашу организацию в сплоченный коллектив с высокими моральными нормами общения. Приобщите сотрудников к целям организации. Человек только тогда будет чувствовать себя нравственно и психологически комфортно, когда произойдет его идентификация с коллективом. Вместе с тем каждый стремится остаться индивидуальностью и хочет, чтобы его уважали таким, какой он есть.

- При возникновении проблем и трудностей, связанных с недобросовестностью, руководителю следует выяснить ее причины. Если речь идет о невежестве, то не следует бесконечно попрекать подчиненного его слабостями, недостатками. Подумайте, что вы можете сделать, чтобы помочь ему преодолеть их. Опирайтесь при этом на сильные стороны его личности.

- Если сотрудник не выполнил вашего распоряжения, необходимо дать ему понять, что вам известно об этом, иначе он может решить, что провел вас. Более того, если руководитель не сделал подчиненному соответствующего замечания, то он просто не выполняет своих обязанностей и поступает неэтично.

- Замечание сотруднику должно соответствовать этическим нормам. Соберите всю информацию по данному случаю. Выберите правильную форму общения. Вначале попросите объяснить самого сотрудника причину невыполнения задания, возможно, он приведет неизвестные вам факты. Делайте ваши замечания один на один: необходимо уважать достоинство и чувства человека.

- Критикуйте действия и поступки, а не личность человека.

- Тогда, когда это уместно, используйте прием «бутерброда» - спрячьте критику между двумя комплиментами. Закончите разговор на дружеской ноте и вскоре найдите время поговорить с человеком, чтобы показать ему, что вы не держите зла.

- Никогда не советуйте подчиненному, как поступать в личных делах. Если совет поможет, вас скорее всего не поблагодарят. Если не поможет - на вас ляжет вся ответственность.

- Не обрастайте любимчиками. Относитесь к сотрудникам как к равноправным членам и ко всем с одинаковыми мерками.

- Никогда не давайте сотрудникам возможность заметить, что вы не владеете ситуацией, если вы хотите сохранить их уважение.

- Соблюдайте принцип распределительной справедливости: чем больше заслуги, тем больше должно быть вознаграждение.

Отметим, что при выборе формы распоряжения следует учитывать, прежде всего, два фактора:

- 1) ситуацию, наличие времени для нюансов;
- 2) личность подчиненного - кто перед вами, добросовестный и квалифицированный работник или человек, которого нужно подталкивать на каждом шагу.

В зависимости от этого следует выбирать и этически наиболее приемлемые нормы поведения и формы распоряжения.

Формами распоряжения могут быть: приказ, просьба, вопрос и так называемый «доброволец».

Приказ - чаще всего следует использовать в чрезвычайной ситуации, а также в отношении недобросовестных сотрудников.

Просьба - используется в том случае, если ситуация рядовая, а отношение между руководителем и подчиненным основано на доверии и доброжелательности. Такая форма позволяет сотруднику высказать свое мнение на проблему в том случае, если она по каким-либо причинам не может быть решена. А если соответствующим образом произнести фразу, то у сотрудника не возникнет никакого сомнения, что это приказ.

Вопрос - «Есть ли смысл заняться этим», «Как мы должны это сделать?» - Лучше применять в тех случаях, когда вы хотите вызвать обсуждение, как лучше сделать работу или подтолкнуть сотрудника к тому, чтобы он взял инициативу на себя. При этом сотрудники должны быть инициативными и достаточно квалифицированными. В противном случае некоторые могут воспринять ваш вопрос как проявление слабости и некомпетентности

«Доброволец» («Кто хочет это Сделать?») - подходит для такой ситуации, когда работу не хочет делать никто, но, тем не менее, она должна быть сделана. В этом случае доброволец надеется, что его энтузиазм будет соответствующим образом оценен в дальнейшей работе.

Существуют различные средства и способы повышения уровня моральности делового общения. В качестве примеров повышения показателей этичности поведения как руководителей, так и рядовых работников можно привести следующие:

- Разработка этических нормативов на предприятии;
- Создание комитетов и комиссий по этике;
- Проведение социально-этических ревизий;
- Обучение этическому поведению.

3. Требования этикета к служащему при приеме посетителей

Деловой этикет требует особого поведения в общении служащего с посетителями. В каждом виде услуг, оказываемых посетителям, есть свои профессиональные тонкости в поведении. Но всегда надо помнить, что определяет отношения с посетителями самый главный принцип: посетитель - самый дорогой и желанный человек в вашем офисе (магазине, предприятии). Если посетителей много, то обычно стараются в первую очередь обслужить женщин и престарелых. Но в любом случае с посетителями надо быть хорошим психологом.

Важно также соблюдать определенные правила в отношении одежды и внешнего вида. Сверхмодный костюм совсем необязателен. Важно, чтобы он был в приличном состоянии, не висел мешком, а брюки не должны напоминать засаленную старую гармошку. Но костюм должен быть к месту и ко времени. Если прием посетителей ведется в дневное время, подойдет светлый костюм. Брюки и пиджак могут быть различных цветов. Но если вечером - костюм должен быть темным, рубашка - обязательно свежей, глаженной, галстук - не кричащим, ботинки - вычищенными. Элегантность делового человека определяют рубашка, галстук и ботинки, а не количество костюмов.

Для поездки за границу достаточно иметь три комплекта одежды: темный и светлый костюмы, приличную куртку и свитер для прогулок. Если маршрут вашей

поездки проходит через страны Востока, то помните, что женщинам не следует надевать брюки, они не должны появляться на улице, в общественных местах без чулок или колготок (особенно в странах, исповедующих ислам), а мужчины в ярких галстуках.

Цвет костюма	Сорочка	Галстук	Носки
серый	белая, слоновой кости, любого цвета		черные
темно-серый	белая, слоновой кости, светлого-голубая, розовая		черные
темно-голубой	белая, слоновой кости	в серую, красную, бордовую полосу	темно-серые, черные
темно-синий	белая	в белую, голубую, красную полосу, темно-бордовый	темно-синие, черные
темно-зеленый	слоновой кости, бежевая, светло-розовая, табачная	зеленый, бордовый, красный, черный	темно-коричневые, черные
песочный	светло-голубая, розовая	темно-голубой	светло-голубые, черные
светло-коричневый	белая, розовая, табачная	зеленый, бордовый, красный, черный	коричневые, черные, кофейные
темно-коричневый	белая, бежевая, розовая	серебристо-серый, светло-серый, черный	темно-коричневые, черные, светло-коричневые

Необходимо помнить, что в деловых отношениях мелочей нет и этикет значит очень много. Одежда, поведение предпринимателя, менеджера - это его визитная карточка. О госте начинают составлять представление заранее, собирая о нем информацию. Источниками информации служит поведение бизнесмена в пути к месту деловой встречи, поведение в гостинице, во время самой встречи. Помните, вас повсюду окружают люди, которые с той или иной степенью пристрастности изучают вас.

Соблюдение важнейших правил поведения с незнакомыми людьми – признак вашей респектабельности, воспитанности, уверенности в себе.

1.3. Лекция №3 (2 часа)

Тема: «Этикет составления корреспонденции»

1.3.1. Вопросы лекции:

1. Оформление стандартного письма
2. Цель письма. Текст письма. Общие правила

1.3.2. Краткое содержание вопросов

1. Оформление стандартного письма

Общение представляет собой очень важную часть деятельности человека. Вдвойне справедливо это звучит применительно к общению деловому. В самом деле, ведь на обмен фактами, идеями, мнениями - в письменной или устной форме - уходит значительная часть нашего рабочего времени. И от того, насколько хорошо мы понимаем людей и, в свою очередь, объясняем им свои идеи, зависит наш профессиональный успех, идет ли речь о рядовом сотруднике или крупном руководителе.

Деловые люди должны поддерживать постоянную связь друг с другом и со своими клиентами. При этом часто возникают такие ситуации, когда требуется представить доказательство заключенного соглашения, отправить заказ или сообщить о принятом

решении. Отправленная и полученная информация корреспонденция храниться в архиве и также служит доказательством принятых решений.

Без переписки вести деловые отношения почти невозможно. Практически все телефонные и телеграфные договоренности требуют письменного подтверждения: при установлении деловых контактов, хорошо составленное, правильно сформулированное письмо может наилучшим образом представить какую-либо форму и создать самое благоприятное о ней впечатление у потенциального партнера.

Оформление стандартного письма. Адрес, дата, обращение, окончание, подпись, приложение. Специальные почтовые отправления

Встречают, как известно, по одежке. Поэтому "одежка" Вашего письма, т.е. конверт и бумага, должна быть безукоризненной. Иначе Ваше письмо рискует оказаться в корзине с макулатурой непрочитанным, даже если в нем содержится ценнейшая для получателя информация. Особенно это актуально для таких писем, как представление компании, предложение продуктов, товаров, услуг и заявление о приеме на работу. Конверт должен быть плотным, непрозрачным, стандартного размера из белой бумаги. Адрес на конверте должен быть обязательно напечатан блоком или виден из прозрачного окошка. Здесь нет никаких ограничений и строгих правил. Иногда при объявлении о приеме на работу в некоторых странах требуется, чтобы сопроводительное письмо или резюме было написано от руки. В таком случае полезно и конверт надписать аккуратным и четким почерком.

Если Вы собираетесь запросить информацию, заказать товары, услуги, то и конверт, и бумага могут быть не самыми дорогими, но все-таки хорошего качества.

Бумага, если Вы не пользуетесь стандартным бланком вашей компании, тоже должна удовлетворять самым строгим требованиям: формат А4, белая, плотная, лист без дефектов и пятен. Особенно если Вы предлагаете сотрудничество, представляете свою компанию или нанимаетесь на работу. Подпись должна быть выполнена так, чтобы у получателя не возникло сомнений, что у Вас нет приличной авторучки или Вы недостаточно уверенно можете воспроизвести свою подпись. Авторучку лучше взять с чернилами.

Ваше письмо с первого взгляда должно произвести солидное впечатление

2. Цель письма. Текст письма. Общие правила

В самом общем случае деловые письма делятся на две большие группы: письма с предложениями продать (предложение продуктов, товаров, услуг, заявление о приеме на работу и пр.) и письма о предложениях купить (продукты, услуги и пр.). Остальные функциональные письма (жалоба, напоминание об уплате счета и пр.) можно отнести к производным или результатам писем первых двух категорий. Поэтому и стратегия, и стиль таких писем различный. Наиболее трудным делом, конечно, является категория писем о продаже, т.к. продать что-то всегда намного труднее, чем купить.

Золотое правило

Никогда не старайтесь перевести письмо дословно со своего родного языка на иностранный. Стандарты везде разные. Приготовьте банк данных из писем, по которым Вы учились, которые Вы получали, которые представляются вам образцовыми. Вам останется только адаптировать исходный текст к текущему моменту и получить готовое письмо

Представление компании

План письма с предложением сотрудничества, продуктов и услуг компании и пр. можно представить в следующем виде:

План письма

Краткое представление вашей компании, продукта.

Золотое правило

Перечислять все достижения, преимущества вашей компании, продукта, сервиса, ваши личные нужно честно, без излишних преувеличений. Любую информацию можно легко проверить.

. Перечисление основных достоинств, новшеств, преимуществ предлагаемого продукта, услуг.

Определение сегмента рынка, на котором вы предлагаете представить ваш продукт. Определение потенциальных потребителей.

Конкретное предложение о сотрудничестве: оптовая или розничная продажа, лицензионное соглашение, создание дистрибуторской сети и пр.

Если вы прилагаете образцы продукта, необходимо объяснить, какие это продукты из серии предлагаемых. Выразить готовность ответить на все вопросы, которые могут возникнуть в процессе оценки продукта. Закончить письмо стандартной фразой, выразить надежду на сотрудничество.

Золотое правило

Письмо должно быть как информативным, так и лаконичным и занимать не более одной страницы. Помните, больше одной страницы никто не станет читать.

Закончить письмо следует прямым указанием, что Вы ожидаете от этой компании. Именно эта заключительная фраза запомнится больше всего.

Подпись, ваше имя и должность.

Золотое правило

При написании любых писем следует всегда руководствоваться английской формулой: KISS = Keep It Short and Simple (Кратко и по делу)

Золотое правило

Деловое формальное письмо должно быть написано как личное, только ему одному, получателю, адресованное. Никаких холодных, формальных фраз! Весь мировой бизнес построен на личных взаимоотношениях и их надо строить!

Стандартное деловое письмо в самом полном виде должно выглядеть следующим образом:

1.4. Лекция №4 (2 часа)

Тема: «Подготовка и проведение деловых встреч»

1.4.1. Вопросы лекции:

1. Предмет деловой встречи
2. Место проведения деловых встреч
3. Время проведения деловых встреч

1.4.2. Краткое содержание вопросов

1. Предмет деловой встречи

Эффективное проведение деловой встречи требует серьезной и тщательной подготовки.

Предметом деловой встречи является вопрос, проблемы, которые нужно рассмотреть во время встречи. Кроме встреч с целью решения деловых проблем проводятся также протокольные встречи, которые еще называют «визитами вежливости», поскольку они проводятся с целью личного знакомства или выявления внимания к партнеру по определенному поводу.

О деловой встрече следует договариваться заранее. В пределах одного региона наиболее целесообразно договариваться за 2-3 дня. Об организации деловой встречи можно договариваться по электронной почте, по телефону.

Особенно тщательной должна быть подготовка к встрече с иностранцами. Нужно предусмотреть все элементы программы их пребывания: порядок встречи, персональный состав участников, участие представителей прессы, обмен сувенирами, приветственные речи, размещение в гостинице, деловая часть, культурная программа, неофициальные приемы, провода.

2. Место проведения деловой встречи

Место проведения встречи имеет важное значение для сторон переговорного процесса, ведь может стать важным аспектом эффективности встречи для одной или всех сторон переговоров. Существуют следующие варианты выбора места проведения деловых встреч: на своей территории, на территории партнера, на нейтральной территории и с помощью средств коммуникации (дистанционно).

Большинство деловых людей предпочитают проведению встреч на своей территории (в помещении своей фирмы).

Встреча на своей территории дает возможность выгодно для себя использовать статус хозяина. Ведь в этой ситуации очень часто срабатывает выражение «дома и стены помогают». Хозяин может набором соответствующих тактических приемов влиять на процесс течения переговоров. Это средства организационного плана: выбор и устройство помещения, размещение участников за столом переговоров, организация переговорного процесса (затяжки, перерыва), организация культурных и социальных программ.

Организационные средства связаны с психологическими. Ведь формы и уровень организации переговорного процесса создают соответствующую психологическую атмосферу (дружелюбия, давления, напряженности, манипуляции и т.д.). Примером может быть оформление офиса. Размер стола, дистанция между хозяином и посетителем, форма, размер стула (кресла), который предлагается посетителю т.д.). Кроме того, уже сам статус гостя будет вызывать у человека определенную психологическую напряженность.

Важно также то, что хозяева не тратят время и силы на преодоление усталости после дороги и на адаптацию к среде. Они могут использовать имеющиеся возможности своего офиса: телефон, факс, Internet, секретарские услуги, комнаты для отдыха, помощь экспертов, юристов, вышестоящих лиц и др.

Подготовка помещения. При подготовке помещения к деловой встрече (переговоров) специалисты по научной организации труда советуют придерживаться следующих основных требований: чистота, порядок, проветренность, отсутствие шума, благоприятная для обеих сторон температура помещения, комфортное освещение.

Наиболее пригоден цвет стен для встреч - это светло-голубой цвет помещения.

Интерьер помещения для переговоров улучшится при наличии ваз с цветами, картин.

Территория партнера. Существуют случаи, когда лучше проводить переговоры на территории партнера. В первую очередь это возможность получить дополнительную информацию о партнере, его фирму.

Уже сам факт, что вы согласились провести переговоры на территории партнера, является элементом уважения к партнеру, демонстрирует серьезность ваших намерений и может убедить другую сторону в том, что с вами стоит иметь дело.

Эффективность выбора вариантов вышеприведенных встреч зависит от ситуации. Но лучшим является вариант организации попеременных встреч на «своей территории» и на «территории партнера».

Нейтральная территория. Важно то, что встреча на нейтральной территории не дает преимуществ ни одной из сторон. Особенно эффективным этот вариант может быть при решении конфликтных ситуаций.

С этой целью в гостиницах, бизнес центрах создаются специально приспособленные для этого помещения. Во многих случаях для переговоров используются конференц-залы.

В случае необходимости неофициального общения встреч за рубежом используются загородные деловые клубы для бизнесменов. В случае отсутствия широкой сети подобных учреждений, в нашей стране используются рестораны (кафе).

Дистанционно. Развитие международной телефонной связи, фототелеграфа (факс), сотового телефона, сети Internet, телекоммуникаторов (конференц-видеосвязь) позволяет облегчить процесс организации и проведения переговоров и в значительной мере

отказаться от организации очных встреч. Современные средства связи позволяют осуществлять прямой электронный контакт с передачей изображения и звука.

Временные границы. Важным шагом к успеху деловой встречи является правильный выбор времени и дня недели. Нужно учитывать обстоятельства деловой жизни, деловые привычки партнеров, часы их оптимальной работоспособности.

Так, некоторым людям лучше работается утром, их называют «жаворонками», другим вечером - это «совы», промежуточный тип называют «голубями». По исследованиям ученых «совы» составляют примерно 33%, «жаворонки» - 17%, а «голуби» - 50% от общего количества людей.

3. Время проведения деловых встреч

Психологи предлагают при организации переговоров учитывать такие факторы. Не нужно планировать встречу непосредственно перед обедом. Мысли о еде мешать конструктивному общению. Но если встреча уже предусмотрено, будет хорошо в процессе переговоров предложить партнерам чашку кофе, чай, что-то немного поесть.

Не следует планировать встречу сразу же после обеда. Нужно предоставить партнерам собраться с мыслями и проверить необходимую информацию.

Понедельник, с одной стороны, не лучший день для встреч. Ведь людям нужно время, чтобы настроиться на рабочий ритм после выходных. Хотя, с другой стороны, в понедельник преимущество «свежей головы», в этот день встречаться для обсуждения важных проблем, планируя закончить их до конца недели.

Пятница, когда все уже ожидают выходных, не лучший день для того, чтобы начинать угодно.

Необходимо обсуждать продолжительность встречи. Ведь может случиться так, что ваш партнер, которого не предупредили о продолжительности встречи, через полчаса после начала встречи извинится и, сославшись на необходимость выполнения своих не менее важных дел, оставит вас. Обусловленного времени проведения встречи принято обязательно соблюдать.

Договорившись о времени проведения встречи, необходимо быть точным. Опоздание рассматривается как оскорбление принимающего лица и может отразиться на ходе переговоров. В случае допустимой задержки нужно найти возможность, пусть даже за короткое время, предупредить партнера и соответственно извиниться.

1.5. Лекция № 5 (2 часа)

Тема: «Этика телефонных переговоров»

1.5.1 Вопросы лекции:

- 1 Значение телефонных переговоров.
- 2 Психологические особенности общения по телефону
3. Телефонная этика

1.5.2 Краткое содержание вопросов

1. Значение телефонных переговоров

Деловое общение по телефону значительно сокращает затраты времени на решение текущих вопросов, позволяет экономить не только время, но и деньги на деловые поездки в другой город или страну. Невозможно представить себе сегодня деловую жизнь без телефона. Современные возможности телефонной связи, использующие новейшие технологии (сотовые телефоны и др.), только увеличивают значимость телефона в деловой жизни. Однако, хотя человек говорит по телефону уже более ста лет, до сих пор не каждый умеет правильно использовать это коммуникационное средство. Поэтому во всем мире распространены учебные, методические, справочные пособия, обучающие правильной манере вести телефонный разговор. Администрации многих фирм не только снабжают своих сотрудников подобными справочниками, но и организуют курсы

обучения телефонному разговору, различные виды проверок, которые позволяют выявить и устранить типичные и нетипичные ошибки в ведении телефонных разговоров.

Приведем важные основные практические рекомендации, носящие в основном этический характер.

1. Сотрудник должен снять трубку после первого или второго звонка телефона, так как большее число звонков создает у звонящего впечатление, что организация не очень заинтересована в клиентах (покупателях) или что сотрудники данной организации не отличаются служебным рвением и поэтому не стоит иметь дела с этой организацией.

2. Сотрудник, взявший трубку, должен поприветствовать звонящего в любой приемлемой форме: "Добрый день (утро, вечер)", "Здравствуйте". Затем сотрудник называет фирму и свою фамилию. В том случае, если организация достаточно большая, приняв трубку, называть не фирму, а отдел, например "бухгалтерия", "рекламный отдел" и т.п. Высшее руководство фирмы, в том случае, если звонок минует секретаря, обычно называет только свою фамилию.

3. Нельзя при ответе на любой вопрос говорить категорично "нет". Например, на вопрос: "Если у вас такая форма торговли, как продажа в кредит?" - нельзя ответить "нет", хотя это полностью соответствует действительности. Следует сказать: "Хотя мы в кредит не продаем, но я могу Вам предложить другие удобные для покупателя формы продажи наших товаров, например ...".

4. Если звонящий спрашивает сотрудника, которого в данный момент нет, нельзя отвечать: "Его нет" - и класть трубку. Надо ответить: "Этого сотрудника сейчас нет, но он будет позже (например, после 15 ч или с 10 августа, когда выйдет из отпуска, и т.п.)". "Этого сотрудника сейчас нет, но не могу ли я быть Вам чем-либо полезен? "Этого сотрудника сейчас нет, но если Вы согласны подождать минуту, я уточню, когда он будет". То есть информация о том, что данный сотрудник отсутствует недостаточна, необходимо дать более полный ответ.

5. Если звонок прозвенел в обеденное время, следует сказать "У нас обед" (лучше - "обеденный перерыв"), поэтому прошу Вас перезвонить после ... часов". Некоторые фирмы (например, Сбербанк РФ) рекомендуют своим сотрудникам полный исчерпывающий ответ по телефону даже во время перерыва в том случае, если звонит пожилой человек, так как подобное поведение соответствует принципам этичности и гуманности.

6. Нельзя в ответ на звонок говорить: "Пожалуйста, перезвоните", - без объяснения причин такой просьбы.

7. Не стоит употреблять такие выражения, как "Говорите", "Привет", "Пока", "Идет", "Ладненько", и т.п.!

8. В том случае, если сотрудник разговаривает по телефону и есть необходимость взять трубку другого звонящего телефона, сотрудник должен извиниться перед тем, с кем он разговаривает в настоящий момент, взять трубку второго телефона, извинившись, спросить, может ли звонящий подождать, пока сотрудник закончит разговор по первому телефону; получив согласие на ожидание, надо вернуться к первому телефону, завершить разговор и затем снова перейти ко второму телефону и дать необходимую информацию. В случае если второй человек на ожидание не согласен, а другому сотруднику перепоручить разговор нет возможности, надо попросить его позвонить позже, причем обязательно указать удобное время.

9. Полезно в разговоре употреблять следующие фразы: "Чем я могу вам помочь (быть полезен)?" Если разговор затягивается, имеет смысл спросить (и, может быть, не один раз): "Есть ли у Вас время продолжать разговор?"

10. Если у сотрудника нет времени продолжать слишком затянувшийся разговор, а намек на это (см. п. 9) не возымел результата, следует сказать: "Извините, я не имею, к сожалению, возможности продолжить разговор, поскольку он оказался слишком

длительным, не могли бы мы с Вами договориться, когда мы сможем еще раз вернуться к этому вопросу?"

11. Следует чаще употреблять сослагательное наклонение глагола (в отрицательной форме), так как это смягчает общий тон разговора: • "Не могу ли я быть чем-либо Вам полезен?" "Не могли бы мы остановиться на этом варианте решения?" "Не могли бы Вы перезвонить завтра, лучше в первой половине дня ?" И т.п. Особенно важно овладеть техникой телефонного разговора тем сотрудникам, которые занимаются только телефонными разговорами с потенциальными клиентами (обычно это многоканальный телефон). Некоторые фирмы ставят перед своими сотрудниками задачу - с первых же фраз установить доверительный телефонный контакт со звонящим (в котором следует видеть потенциального клиента) и добиться того, чтобы он превратился в реального клиента фирмы. В связи с этим фирмы особенно тщательно отбирают сотрудников для работы на многоканальной связи, поскольку от того, насколько привлекательным представляется образ фирмы, персонифицированный невидимым, но слышимым сотрудником фирмы, зависит почти напрямую, станет ли данный потенциальный клиент реальным. То есть прибыль фирмы зависит от того, насколько приятен тембр голоса сотрудника "на телефоне", умеет ли он вести разговор, понравится в процессе этого разговора и т.д. Обычно девиз таких компаний: "В идеале число разговоров равно числу продаж!"

12. При телефонном разговоре нет возможности видеть лицо собеседника, улавливать нюансы можно только по тону разговора, тембру голоса, темпу речи, интонации. Поэтому различные справочные пособия по телефонным контактам рекомендуют послушать собственный голос, записанный на пленку, чтобы добиться необходимых характеристик звучания. Телефон усиливает недостатки речи, поэтому не стоит говорить слишком быстро или медленно; необходимо умерять громкость голоса; надо говорить прямо в трубку; более четко произносить слова, чем при визуальном контакте; стараться не злоупотреблять слишком высокими или низкими частотами звука, поскольку и те, и другие раздражают собеседника; числительные, фамилии, названия городов и т.п. следует произносить медленно, четко, может быть, даже по слогам или по буквам.

13. В случае плохой слышимости можно пользоваться фразами: • "Хорошо ли Вы меня слышите?" "Извините, но я Вас плохо слышу". "Не могли бы Вы повторить? Плохо слышно". И т.п.

14. Если в процессе разговора обсуждается несколько вопросов, целесообразно делать выводы, завершать обсуждение из них каждого словами: "Итак, можно считать, что по этому вопросу мы с Вами приняли решение?" Причем фраза (вопросительного характера) должна быть сформулирована таким образом, чтобы ответить на него можно было "да" или "нет" (вопросы такого типа называются закрытыми). Существуют также рекомендации для тех, кто звонит, т.е. является инициатором разговора.

15. Чтобы телефонный звонок был результативным, к разговору надо готовиться: важно правильно выбрать время для звонка. Дать конкретные советы в данном случае затруднительно, однако следует продумать, делать ли этот важный звонок в первой половине рабочего дня или во второй, какой из рабочих дней недели выбрать и т.п.; планируя телефонный разговор, следует четко представлять его цель, возможные пути развития разговора и его результаты; необходимо приготовить сведения, которые могут понадобиться в процессе разговора: цифры, адреса, номера телефонов, календарь и тому подобную информацию; целесообразно подготовить перечень вопросов, которые необходимо обсудить; важно правильно определить последовательность обсуждаемых вопросов, т.е. логику развития разговора; очень важно подобрать первую фразу, которая должна сразу заинтересовать собеседника, расположить его к дальнейшему обсуждению и даже в некоторой мере настроить его на определенное решение; следует заранее найти доводы в пользу предлагаемого решения, постараться предугадать доводы и аргументы собеседника и подготовить контраргументы.

16. Звонить деловому партнеру по домашнему телефону можно, лишь имея на то вескую причину. Надо продумать, в какое время дня сделать этот звонок; следует учесть даже телевизионные программы, просмотром которого может быть занят человек, которому вы собираетесь позвонить.

Приведем еще несколько рекомендаций по технике разговора, касающихся обоих собеседников.

17. Телефонный разговор, в отличие от личного визуального контакта, имеет ту особенность, что собеседники не видят друг друга, поэтому не могут знать, когда собеседник намерен остановиться, сделать паузу в разговоре. Поэтому при телефонном разговоре каждый собеседник должен лимитировать продолжительность своих реплик и периодически делать паузы, чтобы дать возможность высказаться другому.

18. Каждый партнер по разговору должен "держаться" тот темп речи, который удобен или допустим для другого. Для этого удобно в тактичной форме осведомиться, правильно ли понимает и успевает ли воспринимать речь второй партнер.

19. Надо уметь правильно завершить телефонный разговор, а это несколько более затруднительно, чем при визуальном общении. Можно воспользоваться фразами: "Мы как будто с Вами обсудили все вопросы?", или "Полагаю, что у нас был успешный (интересный, результативный и т.п.) разговор, не так ли?", или "Итак, думаю, что можно подвести итоги?"

2. Психологические особенности общения по телефону

Укажем теперь на некоторые психологические особенности общения по телефону, учет которых делает телефонный разговор более эффективным.

А. Как уже было сказано ранее, при телефонном общении не видно лица собеседника, его мимики, позы и т.п. Вся нагрузка по передаче эмоциональных эффектов ложится на голос - его громкость, тембр, на скорость речи, тон, интонацию. Следует стараться говорить ровно, доброжелательно. Для передачи этой доброжелательности некоторые зарубежные пособия рекомендуют "улыбаться глазами". Именно тогда голос приобретает положительную, доброжелательную эмоциональную окраску.

Б. Ни в коем случае не следует поддаваться соблазну "ответить тем же" на несправедливые упреки или грубые слова, допущенные собеседником. Следует постараться понять причину раздражения собеседника, ответить ему в спокойной манере, частично признать его правоту, даже если его упреки несправедливы, ведь в любой работе есть недостатки.

В. Известно, что от длительного телефонного разговора его участник устает больше, чем от беседы такой же продолжительности при личном визуальном общении. Дело в психологическом напряжении, которое испытывает каждый участник телефонного общения, стараясь восполнить информативную недостаточность телефонного контакта.

Поэтому не следует допускать пресыщения телефонным общением, его избыточности, в результате которого может возникнуть психологическая усталость и напряжение с обеих сторон, которые в свою очередь могут привести к раздражительности, обидчивости, недовольству, а это, естественно, повредит деловым контактам.

Г. Не стоит быть инициатором телефонного разговора, находясь во власти раздражения, огорчения и тому подобных отрицательных эмоций (например, после неудачного разговора с руководством, выговора, имеющего своим последствием депремирование и т.п.). Плохое настроение неизбежно отразится на тоне разговора, на подборе лексических средств выражения мыслей, и ничего не подозревающий собеседник будет полагать, что это именно его слова, поступки или поведение вызвали негативное отношение. А это в свою очередь приведет к взаимному непониманию, неприязни и, может быть, к конфликтам в деловой сфере.

3. Телефонная этика

Правила хорошего тона предписывают говорить по телефону кратко и по делу. Стоит избегать как шепота, так и слишком громкого разговора. Тому, кто звонит, следует поздороваться и назвать свое имя, а если это необходимо, то и должность. Затем нужно вежливо попросить к телефону нужного вам человека. Если вы не уверены в правильности набора номера, сначала уточните, туда ли вы попали. Однако нетактично спрашивать, какой номер телефона у вашего невольного собеседника. Правильнее будет назвать тот номер, который набирали вы и уточнить, нет ли ошибки. Возможно, вы неправильно набрали или неточно записали нужный номер телефона.

Телефонная этика Тому, кто снял трубку, принято говорить: «Алло» или «Да», «Я вас слушаю». Нередко, по долгу службы требуется называть свою фамилию или должность. Во время телефонной беседы довольно нелепо звучат «поддакивания»: «Да», «Ну», «Угу», «Так», «Ага» и т.д. Если телефонная беседа прерывалась, перезванивает тот, кто звонил. Разговор, как правило, завершает тот, кто его начал.

Если на ваш звонок не поднимают трубку, дождитесь, пока не услышите четыре или пять длинных гудков — ведь вашему абоненту может понадобиться некоторое время, чтобы подойти к телефону. В рабочее время следует поднимать трубку после 1-2 сигнала. В случае, если вы ошиблись номером, следует извиниться. Если кто-то случайно набрал ваш номер, лучшим ответом будет вежливое: «Простите, вы ошиблись номером».

Телефонная этика Обращаться к собеседнику, называя его «женщина», «гражданочка», «мужчина», «барышня», «девушка», «мальчик» моветон. Следует либо узнать имя вашего собеседника, либо употребить безличное обращение: «будьте так добры», «извините за беспокойство», «не подскажете ли вы», «скажите, пожалуйста» и проч. Не принято звонить до восьми часов утра и после двадцати трех часов вечера. Также рекомендуется исключить деловые переговоры в выходные и праздники.

Однако нужно понимать, когда вежливость ни к чему. Например, если вы звоните в скорую помощь, милицию, пожарное депо, газовую службу за экстренной помощью. Необходимо быстро и четко обрисовать ситуацию, назвать адрес и свою фамилию. Не нужны вежливые фразы в общении со справочными. Достаточно кратко поблагодарить, получив ответ.

Если так вышло, что по телефону вам нагрубили, а это, к сожалению, случается при общении с различными организациями, постарайтесь сдержаться и не отвечать хамством на хамство. В этом случае стоит узнать телефон дирекции и вежливо обрисовать конфликтную ситуацию. Если телефонный звонок пришелся на неудобный период времени (в разгар переговоров или важного совещания), следует извиниться и перезвонить ему позже.

В случае если вам срочно нужно позвонить, то по правилам этикета следует попросить прощения у всех присутствующих, отойти в сторону, а сам звонок постараться не затягивать. Также считается проявлением неуважения откладывать в сторону телефонную трубку, чтобы решить какой-то другой вопрос. Таким образом, телефонный собеседник слышит совершенно посторонний разговор и тратит свое время на ожидание. Нетактично включать и громкую связь, не предупредив об этом своего абонента.

Те же правила этикета по телефону распространяются и на владельцев сотовых аппаратов. Ко всему прочему, звонок с сотового и разговор по телефону в общественном месте не должен мешать окружающим. В кино, театре, музее звонки и СМС-сообщения по мобильному телефону — верх неуважения, поэтому телефон стоит выключить или отключить звук. Неприлично читать чужую СМС-переписку или проверять когда кто и кому звонил в телефоне даже близких родственников. В самом начале разговора после приветствия и представления себя, следует спросить, удобно ли вашему собеседнику разговаривать. Ведь ваш звонок мог застать его за рулем машины или на переговорах.

1.6.Лекция №6 (2 часа)

Тема: «Национальные особенности делового общения»

1.6.1. Вопросы лекции:

1. Понятие и сущность делового общения.
2. Национальный стиль делового общения.
3. Основные мировые культурные типы

1.6.2. Краткое содержание вопросов

1. Понятие и сущность делового общения

Деловое общение – это сложный многоплановый процесс развития контактов между людьми в служебной сфере. Его участники выступают в официальных статусах и ориентированы на достижение цели, конкретных задач. Специфической особенностью названного процесса является регламентированность, т. е. подчинение установленным ограничениям, которые определяются национальными и культурными традициями, профессиональными этическими принципами.

Деловой этикет включает в себя две группы правил:

- нормы, действующие в сфере общения между равными по статусу, членами одного коллектива (горизонтальные);
- наставления, определяющие характер контакта руководителя и подчиненного (вертикальные).

Общим требованием считается приветливое и предупредительное отношение ко всем коллегам по работе, партнерам, независимо от личных симпатий и антипатий.

Регламентированность делового взаимодействия выражается также во внимании к речи. Обязательно соблюдение речевого этикета – разработанных обществом норм языкового поведения, типовых готовых «формул», позволяющих организовать этикетные ситуации приветствия, просьбы, благодарности и т. д. (например, «здравствуйте», «будьте добры», «разрешите принести извинения», «счастлив, познакомиться с Вами»). Эти устойчивые конструкции выбираются с учетом социальных, возрастных, психологических характеристик.

Общение как взаимодействие предполагает, что люди устанавливают контакт друг с другом, обмениваются определенной информацией для того, чтобы строить совместную деятельность, сотрудничество.

Чтобы общение как взаимодействие происходило беспроблемно, оно должно состоять из следующих этапов:

- Установка контакта (знакомство). Предполагает понимание другого человека, представление себя другому человеку;
- Ориентировка в ситуации общения, осмысление происходящего, выдержка паузы;
- Обсуждение интересующей проблемы;
- Решение проблемы.
- Завершение контакта (выход из него).

Служебные контакты должны строиться на партнерских началах, исходить из взаимных запросов и потребностей, из интересов дела. Бесспорно, такое сотрудничество повышает трудовую и творческую активность, является важным фактором технологического процесса производства, бизнеса.

2. Национальный стиль делового общения

В каждой стране и у каждого народа существуют свои традиции и обычаи делового общения и деловой этики. Национальные особенности имеют значение в переговорном процессе, а степень их значимости различна в каждом конкретном случае. Шведский исследователь К. Йонссон отмечает, что обычно при значительном совпадении интересов сторон, то есть при сотрудничестве, национальные различия не замечаются, но стоит возникнуть конфликту, как они начинают играть важную роль. Национальные особенности влияют на деловые отношения не только при конфликте сторон. Пример из

практики одной из западноевропейских фармацевтических компаний. Она решила поставить партию нового болеутоляющего препарата в арабские страны. Препарат хорошо раскупался на европейском континенте, что позволило компании рассчитывать на успех. Для рекламы в Европе использовались три картинки: на первой была изображена женщина, кричащая от боли, на второй – она же принимала лекарство, на третьей – после приема препарата боль прошла, и женщина изображалась в расслабленном, спокойном состоянии. Рекламу, которая не требовала пояснений, решили оставить. Через некоторое время обнаружили, что препарат вообще не покупается в арабских странах. О том, что там читают справа налево, разумеется, знали, но о том, что это относится и к картинкам, просто не подумали. Без учета культурной специфики смысл рекламы оказался прямо противоположным: женщина принимает предлагаемое лекарство, после чего кричит от боли.

Итак, участники международного общения придерживаются единых норм и правил, тем не менее, национальные и культурные особенности могут оказаться весьма значимыми при деловых отношениях.

Во первых, под национальными стилями, как правило, понимаются стили, типичные скорее для тех или иных стран, а не определенных национальностей. Так, китаец, живущий в США и ведущий переговоры от американской компании, в определенной мере может сохранить черты, присущие китайскому национальному характеру, и это будет влиять на его поведение на переговорах. Однако в целом его стиль ведения переговоров будет скорее американским, поскольку на формирование переговорного стиля в большей степени оказывают те условия, в которых человек работает и то, от имени какой страны он ведет переговоры.

Во вторых, необходимо учитывать, что практически невозможно «абсолютно объективно описать» национальный стиль делового общения. Всегда работают устоявшиеся стереотипы национальных черт тех или иных народов.

В третьих, 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 партнера.

3. Основные мировые культурные типы

Люди разных культур пользуются одними и теми же основными понятиями, но вкладывают в них разный смысл. Это определяет особенности их поведения, которое часто представляется нам иррациональным и противоположным тому, что мы считаем очевидным. Практическое знание базовых черт других культур сводит к минимуму неприятные сюрпризы (культурный шок), дает необходимое понимание, которое позволяет преодолеть трудности общения с представителями других стран.

Выявление национальных особенностей сродни хождению по минному полю неточных предположений и неожиданных исключений. Можно встретить вспыльчивых финнов, медлительных итальянцев, осмотрительных американцев и харизматичных японцев. Тем не менее, существует и некая национальная норма. Например, итальянцы, как правило, более словоохотливы, чем финны. Разговорчивые финны и молчаливые итальянцы выделяются на общем фоне соотечественников. С точки зрения конкретной национальной черты, таких необычных индивидов можно рассматривать как отклонение от нормы.

Разумеется, американцы сильно отличаются друг от друга и нельзя найти двух одинаковых итальянцев. Тем не менее, жители многих стран придерживаются определенных взглядов на жизнь и представлений об окружающей действительности, что непременно проявляется в их поведении.

Правда, культура как выражение специфического мировоззрения не является сугубо национальным явлением. В некоторых странах региональные особенности столь сильны, что отодвигают национальные черты на второй план. В некоторых случаях города отличаются столь сильной культурной индивидуальностью, что она выходит за пределы региональных особенностей.

Культурные ценности не могут быть хорошими или плохими, логичными или иррациональными, как не может быть и общего мнения по поводу вкуса. Британец, американец и китаец – все считают себя разумными и нормальными людьми.

Исследователь межнационального общения Ричард Льюис считает, что по способу организации такого объективного измерения реальности, как время, все культуры мира делятся на 3 типа: моноактивные, полиактивные и реактивные.

Моноактивные – культуры, в которых принято планировать свою жизнь, составлять расписания, организовывать деятельность в определенной последовательности, заниматься только одним делом в данный момент. Типичными представителями являются англосаксы: американцы, англичане, немцы, северные европейцы, методично, последовательно и пунктуально организующие свое время и жизнедеятельность.

Полиактивные – подвижные, общительные народы, привыкшие делать много дел сразу, планирующие очередность дел не по расписанию, а по степени относительной привлекательности, значимости того или иного мероприятия в данный момент. У них принято делать одновременно несколько дел (нередко, не доводя их до конца). Типичными представителями выступают латиноамериканцы, южные европейцы и арабы.

Реактивные – культуры, придающие наибольшее значение вежливости и уважению, предпочитающие молча и спокойно слушать собеседника, осторожно реагируя на предложения другой стороны. Представители этой категории – китайцы, японцы и финны.

Когда люди, принадлежащие к моноактивной культуре, работают вместе с людьми культуры полиактивной, они испытывают взаимное раздражение. Полиактивные люди уверены, что наиболее продуктивен именно их способ действий. Полиактивных людей не очень заботят расписания и пунктуальность. Они делают вид, что соблюдают их, особенно если на этом настаивают моноактивные партнеры, но считают, что реальность важнее, чем распорядок, устанавливаемый человеком. Полиактивные люди не любят обрывать беседу на полуслове. Для них завершить межличностное взаимодействие – наилучшая форма инвестирования времени. Все это прямо противоположно представлениям моноактивных людей. До тех пор пока одна сторона не приспособится к другой – а это удастся редко, – будут возникать постоянные конфликты.

Ричард Льюис в своей книге «Деловые культуры в международном бизнесе от столкновения к взаимопониманию» приводит такой пример:

«Моему другу, продюсеру Би-би-си, приходилось часто бывать в Европе, чтобы увидеться с представителями корпорации в других странах. В Дании и Германии такие встречи никогда не вызвали осложнений, но в Греции он всегда испытывал затруднения. Греческий агент был популярным в Афинах человеком и каждый день встречался с таким количеством людей, что постоянно сдвигал свой график. Мой друг обычно пропускал назначенную встречу или по три-четыре часа ждал, пока тот не появится. В конце концов после нескольких поездок продюсер адаптировался к полиактивной культуре. Он просто приходил поздним утром к секретарю агента и узнавал его план на этот день. Если грек проводил большинство встреч в номерах отелей и барах, то продюсер Би-би-си поджидал его в холле гостиницы или перехватывал его, мчащегося с одной встречи на другую. Полиактивный грек был счастлив видеть его и без всяких колебаний уделял ему полчаса, опаздывая из-за этого на свою следующую встречу».

В таблице перечислены наиболее общие характерные черты моноактивных, полиактивных и реактивных культур.

Характерные черты народов разных культур

МОНОАКТИВНЫЕ	ПОЛИАКТИВНЫЕ	РЕАКТИВНЫЕ
Интроверт	Экстраверт	Интроверт
Занят своими делами	Любопытный	Почтительный
Любит уединение	Общительный	Хороший слушатель
В данное время делает только одно дело	Делает одновременно несколько дел	Реагирует по ситуации
Работает в фиксированное время	Работает в любое время	Гибкий график
Подчиняется графикам и расписаниям	График непредсказуем	Подстраивается под график партнера
Разбивает проекты на этапы	Дает проектам «накладываться» друг на друга	Рассматривает картину в целом
Черпает информацию из статистики, справочников, баз данных	Получает информацию из первых рук (устно)	Пользуется и тем и другим
Любит твердо установленную повестку дня	Связывает все со всем	Внимателен к происходящему

Таким образом, участники международного общения придерживаются единых норм и правил, тем не менее, национальные и культурные особенности могут оказаться весьма значительными при деловых отношениях. Знание национальных особенностей может служить своеобразным путеводителем, ориентиром возможного поведения партнера.

1.7. Лекция №7 (2 часа)

Тема: «Национальные особенности делового общения»

1.7.1. Вопросы лекции:

1. Англоязычные стили делового общения
2. Особенности ведения переговоров в континентальной Европе.
3. Специфика восточного менталитета при организации делового общения.
4. Тенденции развития российского стиля делового общения

1.7.2. Краткое содержание вопросов

1. Англоязычные стили делового общения

Американский стиль ведения переговоров отличается достаточно высоким профессионализмом. В американской делегации редко можно встретить человека, некомпетентного в тех вопросах, по которым ведутся переговоры. При этом по сравнению с представителями других стран члены американской делегации относительно самостоятельны в принятии решений.

При решении проблемы они стремятся обсудить не только общие подходы, но и детали, связанные с реализацией договоренностей. Для них характерны открытость,

энергичность и дружелюбие. Таким партнерам импонирует не слишком официальная атмосфера ведения переговоров.

Одновременно с этим американцы нередко проявляют эгоцентризм, считая, что при ведении переговоров их партнер должен руководствоваться теми же правилами, что и они.

На переговорах с американской стороной необходимо сказать, кто вы, что делаете и почему вашему партнеру выгодно вести переговоры с вами, а не с другими фирмами. Если вы этого сделать не сможете, то американцы не будут тратить времени на выяснение ваших преимуществ. Им проще и быстрее найти другую компанию, знающую о себе все.

В процессе переговоров лучше фиксировать свое внимание на целях американского партнера и на оказании ему помощи в достижении этих целей. Если ваши предложения, реальные и конкретные, помогут в их достижении, то он обязательно заинтересуется вами.

Чаще всего американские партнеры при заключении коммерческих соглашений проявляют слишком большую напористость и даже агрессивность. Это можно объяснить тем, что они, как правило, обладают достаточно сильной позицией, что не может не сказаться на ходе переговоров. Эти партнеры довольно настойчиво пытаются реализовать свои цели, любят торговаться.

Английский стиль ведения переговоров характеризуется тем, что английские партнеры вопросам подготовки уделяют очень мало времени. Они подходят к таким переговорам с большей долей прагматизма, полагая, что в зависимости от позиции партнера на самих переговорах и может быть найдено наилучшее решение. При этом они достаточно гибки и охотно откликаются на инициативу противоположной стороны. Английским партнерам свойственны прагматический подход к делу, эмпиризм. Традиционным для них является умение избегать острых углов.

Англичане – одни из самых квалифицированных в деловом мире Запада. Они выработали определенный ритуал делового общения, которого нужно строго придерживаться. Так, прежде чем приступить к переговорам с ними, необходимо хотя бы в общих чертах выяснить фирменную структуру рынка того или иного товара, примерный уровень цен и тенденцию их движения, а также получить сведения об особенностях нужной вам фирмы и о людях, которые на ней работают. И только после этого можно договариваться о встрече.

Переговоры с английскими партнерами лучше начинать не с предмета обсуждения, а с чисто житейских проблем: погода, спорт, дети. Постарайтесь расположить их к себе, покажите им, что для вас общечеловеческие ценности если не выше коммерческих интересов, то, по крайней мере, равны им. Необходимо подчеркнуть ваше доброе расположение к британскому народу и идеалам, которые он разделяет. Все вопросы должны быть выдержанными и корректными. Во время беседы постарайтесь распознать наклонности и привычки вашего партнера. Не менее важно не забывать оказывать внимание тем, с кем вы когда-либо встречались или вели переговоры.

Англичане особое внимание уделяют длительности периода контактов с партнерами. Чем длительнее взаимоотношения, которые к тому же подкреплены чисто дружескими отношениями к партнеру, тем легче английскому бизнесмену заключить сделку, если не в ущерб себе, то с очень небольшой выгодой.

2. Особенности ведения переговоров в континентальной Европе

Французский стиль ведения коммерческих переговоров отличается тем, что французские коммерсанты стараются избегать официальных обсуждений конкретных вопросов «один на один».

На переговорах французские партнеры очень следят за тем, чтобы сохранить свою независимость. Однако их поведение может кардинальным образом измениться в зависимости от того, с кем они имеют дело.

Такие партнеры большое внимание уделяют предварительным договоренностям и предпочитают по возможности заранее обсудить те или иные вопросы. По сравнению с

представителями американской стороны французы менее самостоятельны при принятии окончательных решений.

Французские участники переговоров традиционно ориентируются на логические доказательства и исходят из «общих принципов». Они достаточно жестко ведут переговоры и, как правило, не имеют «запасной» позиции. Чаще всего они выбирают конфронтационный тип взаимодействия, хотя стремятся при этом сохранить традиционные для французской нации черты поведения: учтивость, вежливость, любезность и склонность к шутке и непринужденности в общении.

Переговоры чисто по-французски включают в себя следующие моменты:

- Французы всегда приходят на переговоры официально одетые, относясь к этой встрече как к официальному событию.
- Они используют обращение по фамилии и официальное представление и рассаживаются в соответствии со статусом.
- В их аргументах преобладает логика, и они быстро будут «привязываться» к любому нелогичному высказыванию противоположной стороны.
- Они не предъявляют свои требования в начале встречи, но подводят к ним с помощью тщательно сконструированных логических обоснований.
- Французы стараются выяснить цели и требования другой стороны с начала переговоров. Американцы обычно вызывают на это, выкладывая все свои карты на стол.
- Они подозрительно относятся к раннему установлению дружеских отношений при обсуждении и, не любят обращения по имени, снятия пиджаков или обсуждения личных или семейных деталей.

Они редко принимают важные решения во время переговоров. Часто тот, кто отвечает за принятие решений, отсутствует на встрече.

Они будут затягивать обсуждение, так как относятся к нему как к интеллектуальному процессу, во время которого знакомятся с другой стороной и, возможно, обнаруживают ее слабости.

Французы не пойдут на уступки в переговорах, если их логика устоит. Это часто делает их упрямыми в глазах американцев («нужно идти на взаимные уступки») и британцев («нужно хоть как-то довести дело до конца»).

Если возникает тупиковая ситуация, они остаются непреклонными, но делают это не оскорбительно, просто вновь заявляют о своей позиции.

Французы убеждены в своем интеллектуальном превосходстве над любой другой национальностью [6].

Немецкий стиль ведения коммерческих переговоров в отличие от французского характеризуется большей сухостью и педантичностью. Кроме того, немецкие партнеры всегда очень расчетливы. Они вступают в переговоры только тогда, когда уверены в возможности нахождения решения.

Такие партнеры обычно очень тщательно прорабатывают свою позицию еще до переговоров, а на самих переговорах любят обсуждать вопросы последовательно, один за другим, также тщательно рассматривая все их детали.

Ведя переговоры с немецкими коммерсантами, необходимо учитывать их пристрастие к точности, пунктуальности и строгой регламентации поведения. Следует также помнить, что немцы придают большое значение титулам. Поэтому еще до начала переговоров нужно уточнить все титулы каждого члена немецкой делегации.

В процессе обсуждения с такими партнерами их и своих позиций надо стремиться к ясности, четкости и краткости и не употреблять пустых, ничего не значащих слов и выражений. Все предложения и замечания должны носить сугубо деловой и конкретный характер.

Немцы как деловые партнеры всегда очень аккуратны и щепетильны. Если вы сомневаетесь в том, что сможете соблюсти все условия договоренности с ними, лучше заранее отказаться от своих предложений.

3. Специфика восточного менталитета при организации делового общения

Японский стиль делового общения характеризуется тем, что японские представители, когда им делают большие уступки, отвечают тем же. На любых переговорах с ними угрозы дают очень малую эффективность, хотя сами японцы на переговорах с более слабыми партнерами могут использовать угрозы как приём давления.

Во время официальных переговоров японская сторона стремится избегать столкновения позиций. Для нее не характерны особые подвижки в позиции или значительные изменения в тактике ведения переговоров. В то же время японские бизнесмены уделяют много внимания развитию личных отношений с партнерами. Поэтому не следует разбирать человеческие проблемы холодно и безучастно, ибо тем самым вы можете затронуть эмоциональный настрой японского партнера. Партнёры должны быть доброжелательны и искренни.

Японцы предпочитают предельную скрупулезность в изучении ситуации и стремятся ознакомить со всей необходимой информацией как можно больше сотрудников соответствующих подразделений. По той же причине большое раздражение вызывает длительное отсутствие хотя бы промежуточного ответа на письменные запросы, чем особенно грешат многие иностранные организации. Это связано с традиционной системой принятия решений. Смысл ее состоит в передаче проблемы на рассмотрение широкого круга заинтересованных лиц и согласовании способов ее разрешения не только с руководством фирмы, но и с рядовыми сотрудниками, от которых можно получить полезную информацию или помощь в осуществлении предлагаемых мер.

Особенности национальной японской культуры и системы воспитания оказывают влияние и на процесс ведения ими переговоров. Так, если японец сказал вам, например, что будет в назначенном месте в определенный час, то можете быть уверены, что он появится там за две минуты до назначенного времени. Именно на такой предельной точности и обязательности строятся деловые взаимоотношения японцев. Точность во всем – одна из важнейших черт японского стиля переговоров.

Японец всячески демонстрирует внимание, слушая собеседника. Часто такое поведение истолковывается европейцами как выражение согласия с излагаемой точкой зрения. На самом же деле он лишь побуждает собеседника продолжать беседу.

На переговорах с японцами случаются недоразумения вследствие того, что в японском языке слова «да» и «нет» несколько отличаются от их употребления в других языках. Японское «хай» («да») означает не столько согласие со словами собеседника, сколько то, что переданная информация воспринята адекватно, и свидетельствует о готовности слушать и понять партнера. То же относится и к выражениям отрицания. Японцы стараются избежать прямых отказов на просьбы или предложения и предпочитают иносказательные выражения типа «это очень трудно» или «это необходимо тщательно изучить».

В практике общения Японии огромное значение имеет использование визитных карточек. Они играют роль своеобразных удостоверений личности, в которых помимо имени, фамилии и занимаемой должности указывается самое главное для японца – принадлежность к какой-либо фирме или организации, что, в конечном счете, определяет его положение в обществе.

Китайский стиль общения характеризуется четким разграничением отдельных этапов: первоначальное уточнение позиций, их обсуждение и заключительный этап. На начальном этапе большое внимание уделяется внешнему виду партнеров и манере их поведения. На основе этого делаются попытки определить статус каждого участника.

В дальнейшем в значительной мере идет ориентация на людей с более высоким статусом. В делегации партнера китайцы выделяют людей, которые выражают симпатии их стороне. Именно через этих людей они впоследствии стараются оказать влияние на позицию противоположной стороны. Надо сказать, что для них вообще «дух дружбы» на переговорах имеет очень большое значение.

При деловом знакомстве следует представить свою визитную карточку. Желательно, чтобы ваши реквизиты были напечатаны и по-китайски. Во время приветствия принято обмениваться рукопожатиями. Сначала жмут руку наиболее высокопоставленному партнеру.

Как правило, китайский партнер первым на переговорах «открывает карты», т.е. первым высказывает свою точку зрения, первым вносит предложения. Уступки он делает обычно в конце переговоров, после того как оценит возможности противоположной стороны. При этом ошибки, допущенные ею в ходе переговоров, умело используются. На этой стадии китайская сторона может применять различные формы оказания давления.

Окончательные решения принимаются китайским партнером, как правило, не за столом переговоров, а дома. Одобрение достигнутых договоренностей со стороны руководства практически обязательно. Большое значение китайская сторона придает и выполнению достигнутых договоренностей.

Арабский стиль ведения деловых переговоров предполагает установление доверия между партнерами. Для бизнесменов арабских стран Персидского залива характерны чувство собственного достоинства, уважение и корректное отношение к своим коллегам. Перед тем как сообщить мнение по тому или иному вопросу, они предпочитают демонстративно посоветоваться и выразить коллективную точку зрения, а не выпячивать свою роль в принятии решений.

Одним из условий достижения успеха в переговорах с арабами является соблюдение и уважение местных традиций. При решении любой проблемы они не столько предугадывают развитие событий, сколько ориентируются на прошлое, постоянно обращаются к своим корням. Основная черта их поведения – опора на исторические традиции своей страны. Из всех типов взаимодействия с партнерами они предпочитают торг. Чувство национальной гордости не позволяет партнёрам вмешиваться в политические вопросы.

Все переговоры ведутся с мужчинами. При встрече мужчины слегка обнимаются, похлопывают по плечам. Однако такая традиция приемлема только между очень близкими партнёрами, не распространяются на чужестранцев.

Большинство арабов – сторонники сильного правления и административных правил поведения. Они также предпочитают предварительную проработку деталей обсуждаемых вопросов. В их поведении очень сильны исламские традиции, которые оказывают существенное влияние на ход и характер переговорного процесса.

4. Тенденции развития российского стиля делового общения

Российский стиль общения сейчас представляет весьма большой интерес для зарубежных партнёров, поскольку за последние годы контакты резко расширились во всех областях и будут расширяться в будущем.

По мнению американских бизнесменов, основная отличительная черта российского стиля ведения переговоров состоит в том, что мы сосредоточены в основном на общих целях и относительно мало внимания уделяем тому, как их можно достичь.

При решении проблем на переговорах российские партнёры предпочитают действовать осторожно, не рисковать. В случае если есть выбор между более и менее рискованными вариантами решения, наверняка будет выбран второй вариант. Боязнь риска влечет за собой и ограничение инициативы. Поэтому, по крайней мере, до недавнего времени, наши участники переговоров в основном реагировали на то, что предлагал партнер, а не выдвигали собственные варианты решения.

Российская тактика ведения переговоров отличается еще и тем, что наша сторона часто в начале переговоров старается занять прочную позицию, характеризующуюся значительным завышением требований. Затем после длительных дискуссий и уступок происходит сближение позиций сторон. При этом компромисс нашими бизнесменами рассматривается как проявление слабости, поэтому к нему они прибегают весьма

неохотно. Часто используются приемы, направленные на получение преимуществ в ходе переговоров.

Эта характеристика российских участников переговоров свидетельствует об их некомпетентности, отсутствии культуры ведения переговоров, стремлении даже в обстановке сотрудничества видеть, скорее, конфликт интересов, чем их совпадение.

Особенностью поведения российских участников переговоров, отмеченной американскими исследователями, является быстрая смена настроений и установок в отношении партнера: от крайне дружеского расположения до официального, исключаяющего любые личные симпатии.

В разговоре легко переходят на «ты». Пожатие руки при встрече и на прощание является одним из главных ритуалов в общении. Русские ждут, что выступление тщательно подготовлено со стороны партнёра и чётко построено. Русские без особого смущения говорят о личной жизни. Поблагодарить письменно считается хорошим тоном, но можно и позвонить, это во многих случаях лучше. Русские – мастера произносить благодарственные речи, особенно, если благодарят за угощение.

Перспектива развития международного делового взаимодействия лежит на пути от столкновения культур к объединению и становлению на их общечеловеческой нравственной основе фундамента единой международной деловой культуры.

В первой половине 21 века кросс-культурные проблемы станут и для россиян жизненно значимыми. Политикам и бизнесменам, представителям самых разных профессий придется все чаще взаимодействовать со своими коллегами в других странах. Не только российское государство будет налаживать связи с бесчисленными международными институтами и организациями, но и российские компании будут сотрудничать с зарубежными компаниями, объединяться с ними, организовывать совместные предприятия по всему миру. Уже сегодня Россия является одной из самых поликультурных стран мира.

Важным для россиян является укрепление культурных отношений со странами Центральной Азии, а более глубокое понимание менталитета Балтийских государств могло бы привести к совместному восстановлению оживленных и выгодных торговых путей, что принесло бы большую пользу экономике Северо-Западной России, и для установления в будущем гармоничных отношений между Россией и другими странами существенное значение имеет распространение кросс-культурной грамотности, которая позволит России выполнить свою уникальную историческую роль географического, культурного, а также интеллектуального моста между Востоком и Западом.

1.8. Лекция №8 (2 часа)

Тема: «Этикет деловой женщины.»

1.8.1. Вопросы лекции:

1. Стиль деловой женщины.
2. Одежда деловой женщины.

1.8.2. Краткое содержание вопросов

1. Стиль деловой женщины.

Чтобы тебя воспринимали как личность, надо, прежде всего, ею быть. Человек, обладающий цельностью: интеллектом, собственным стилем, собственной позицией, непременно будет воспринят как личность. То, что мужчина реагирует на вашу сексуальную привлекательность, - вполне естественно (кстати, сексуальная привлекательность действует положительно не только на мужчин, но и на представительниц женского пола).

Абсолютно асексуальным особам, мужчины, как правило, дают очень низкие оценки. Если же ваш деловой партнер - женщина, то у нее, скорее всего, вызовет отрицательную реакцию, избыток элементов сексуальной провокации в вашей одежде или

поведении. Любые формальные отношения предполагают большую сдержанность. Существует ряд правил, выполнение которых позволяет настроить собеседника (независимо от его/ее пола) на деловой стиль общения. Начнем с внешнего вида.

ПОЗА

Во время деловых переговоров и встреч ваша поза должна быть одновременно достаточно свободной и сдержанно-подтянутой. Съежившаяся на краешке стула женщина, судорожно вцепившаяся в свою сумочку, всем своим видом показывает скованность, стеснение, неуверенность в себе. Слишком свободная поза может быть воспринята как свидетельство вашей развязности. Лучше сидеть прямо и свободно жестиковать в пределах так называемой интимной зоны радиусом около 45 сантиметров вокруг вашего тела. Сумку лучше не держать на коленях, а положить или поставить рядом с собой.

ВЗГЛЯД

Необходимо доброжелательно и внимательно смотреть в лицо своему собеседнику, показывая, что вам интересно то, что он говорит. При этом, если у вас с собеседником деловые отношения, то свой взгляд направьте в верхнюю часть лица, чуть выше бровей, а для обозначения внимания - эпизодически смотрите в глаза (долгий пристальный взгляд в глаза, может вызвать у вашего собеседника чувство дискомфорта). При эмоциональном общении взгляд автоматически перемещается от глаз в нижнюю часть лица - это сразу чувствуется.

ГОЛОС

Особенности вашего голоса тоже имеют значение в общении. Если у вас высокий голос, постарайтесь хотя бы, чтобы он не был визгливым, так как в этом случае вы можете вызвать у собеседника непреодолимое желание зажмуриться и заткнуть уши. Высокий тембр голоса очень раздражает и утомляет, он ассоциируется с напряжением или с зависимостью. Поэтому постарайтесь сделать свой голос грудным и приятным, понизив его насколько это возможно. Но не говорите слишком тихо и неуверенно. Неужели вы так боитесь своего собеседника! Также плох слишком громкий, оглушающий собеседника голос.

ТЕМП РЕЧИ

Лучше всего воспринимается размеренный темп речи, когда вы позволяете себе делать небольшие паузы, показывая, что прежде чем что-то ответить, обдумываете услышанное. Сразу появляется ощущение, что вы «человек разумный». Нежелательно говорить слишком быстро, захлестывая собеседника потоками информации. Он может не сразу понять, о каком таком грандиозном проекте вы ему сообщаете, и может быть прервет вас и попросит повторить все сначала. Потеряете время, а самое главное, - дадите понять, что вы человек мелкий, зависимый и стараетесь как можно быстрее успеть все сказать, пока вас не выгнали. Повышенный темп речи всегда ассоциируется с зависимостью и несерьезностью. А если будете говорить слишком медленно, то утомите вашего собеседника: ему уже все понятно, а вы еще заканчиваете фразу.

РУКОПОЖАТИЕ

В деловых и политических кругах принято здороваться за руку. Рукопожатие - традиционно мужской способ приветствия. У большинства женщин он вызывает легкий дискомфорт, поскольку ей неизвестно заранее, будут ли ее руку энергично трясти как товарищу по партии или попытаются поцеловать. Во избежании путаницы и неловкости, лучше подать руку ни в вертикальной плоскости (как для пожатия), ни в горизонтальной (как для поцелуя), а в промежуточном положении под углом к плоскости: хотите целуйте, хотите жмите. Рукопожатие должно быть лаконичным, и достаточно энергичным.

ПОВЕДЕНИЕ

Никогда не суетитесь - это производит плохое впечатление в любом случае. Если, приходя на деловую встречу, вы быстренько проскакиваете в кабинет, скороговоркой здороваетесь, суетливо вручаете какие-то важные документы, при этом что-то роняя, то считайте - вы пропали. Гораздо лучше войти, не торопясь, спокойно поздоровавшись,

осведомиться, куда можно сесть. Все делать без суеты, излишней частоты в пластике, речи, мимике. Одним словом, вести себя так, как будто вы - шикарная, роскошная женщина и можете себе позволить не торопиться. Плавно садиться, не спеша брать предметы, поднимая их так, как будто они живые, спокойно говорить - этим вы, несомненно, произведете на собеседника приятное впечатление. Будьте доброжелательны, открыты, сдержанны в эмоциональных проявлениях, не демонстрируйте излишнюю напористость и самоуверенность.

ЖЕСТИКУЛЯЦИЯ

Здесь, как и во многом другом, хороша золотая середина. Жестикуляция должна быть соразмерна ритму речи и примерно соответствовать тому, о чем вы говорите. Чем более формально общение, тем более сдержанной должна быть жестикуляция. Но в то же время полное ее отсутствие воспринимается как скованность. Избегайте невротических жестов, свидетельствующих о вашем стеснении и нервозности: ковыряния в ухе, под ногтями, почесывания, поправление на себе одежды, прически. Большинство людей даже не подозревают о том, какое огромное значение в беседе имеют жесты. Жест может сообщить о нас гораздо больше информации, чем мы того хотим. Жесты слишком часто выдают нас и неразумное использование некоторых жестов порой приводит к нежелательному результату. Поэтому, чтобы расположить к себе собеседника, используйте в разговоре предлагающие жесты, позволяющие видеть ваши ладони. Это является свидетельством вашей открытости. А вот негативных, давящих жестов следует избегать. Решительно разрубая ладонью воздух, можно вызвать у собеседника неприятное чувство, что с ним не желают ни в чем соглашаться. Если вы не собираетесь оказывать давление на собеседника и в конце концов прихлопнуть его, как муху, - не прессуйте стол ладонью, обращенной вниз. Не сжимайте кулаков во время разговора и не тыкайте по-менторски в собеседника пальцем. Также забудьте на время отвергающий жест ладонью: «Минуту! Я еще не все сказала!», показывая тем самым, что вы желаете продолжить свой чудный монолог, а он пусть послушает. У собеседника это жест вызовет ощущение, что вы не хотите с ним говорить, и увеличит дистанцию между вами.

ДИСТАНЦИЯ

Теперь поговорим о дистанции, устанавливающейся между людьми в любой деловой беседе. Каждый человек в зависимости от личной эмоциональности сам определяет подходящую для данного случая дистанцию. Эмоциональные люди кажутся более близкими и понятными, скованные и сдержанные отодвигают собеседника на большее расстояние. О сокращении дистанции говорит живая мимика, когда играют бровями, щурятся, улыбаются, живые интонации, раскованные позы. Как только собеседник хочет увеличить дистанцию, он сразу натягивается, превращая лицо в непроницаемую маску, и начинает вещать бесстрастным голосом репродуктора или диктора телевидения. Если вы сознательно хотите увеличить дистанцию, начните просто чаще, чем нужно, величать собеседника по имени и отчеству. Вообще время от времени упоминать имя собеседника в разговоре необходимо. Если вы, беседуя с человеком два часа подряд, ни разу не назвали его по имени, он может заподозрить, что вы вообще забыли, с кем разговариваете. Использование бюрократических, громоздких или устаревших словесных конструкций вроде «разумеется», «непременно» вызывает недоумение, увеличивает дистанцию и свидетельствует о довольно прохладном отношении. Поэтому надо всегда стараться учитывать массу нюансов во взаимоотношениях, играя которыми, можно нащупать оптимальный стиль общения, устраивающий обоих собеседников.

ВЛАДЕЙТЕ СИТУАЦИЕЙ

Представьте, что вы приходите на переговоры, в помещение, где нет кондиционера, или вас сажают на более низкое сиденье, чем у вашего собеседника, или лицом к окну, из-за чего вы видите только темный силуэт на ярком фоне. Вы поставлены в невыгодные условия, на вас оказывают давление. В таком случае, почувствовав, что вам неудобно,

скажите, что вы хотели бы пересестись, сославшись, например, на то, что свет бьет в глаза. Если вам не идут на встречу, то лучше откажитесь от переговоров. Владейте ситуацией и управляйте ею. Надеюсь, что приведенные выше советы помогут выработать выдержанный, лишенный суеты и ненужных попыток выставить на показ все свои достоинства стиль поведения. Этот стиль поможет вам, с одной стороны, соблюдать определенную дистанцию, а с другой стороны, демонстрировать заинтересованность и приветливость. Помните, чем больше чего-то истинного в человеке, тем более он свободен в своем поведении, тем меньше ему надо изображать из себя что-то.

2. Одежда деловой женщины.

Раньше в нашей стране не было деловых женщин - лишь партийные и профсоюзные деятельницы. Одевались они соответственно: "школьные" костюмчики и скромные блузочки под горло (вариант - бант на бюсте). Как пел классик, "а жена моя, товарищ Парамонова..."

Зато теперь Россия уверенно выходит в мировые лидеры по числу деловых и элегантных женщин. Успех предприятия в немалой степени зависит от того, как одета businesswomen.

Каким же должен быть ее костюм?

Скучно, предсказуемо и безупречно -- именно эти определения неременны для женского делового костюма, считает известный московский стилист, creator-директор группы Koty от известной фирмы Margaret Astr Андрей Мановцев.

Главная же опасность, которая подстерегает женщину при выборе делового костюма, - его гиперпровокационность. Деловой костюм демонстрирует не только финансовые возможности деловой женщины, но и ее воспитание, вкус, знание делового этикета. Поэтому женщина должна всегда помнить о правиле: если занимаешься бизнесом, нужно быть готовой пойти на определенные жертвы в моде.

Несмотря на то, что вот уже тридцать лет силуэт женского делового костюма остается практически неизменным, сам костюм постоянно претерпевает косметические корректировки. Это связано с эволюцией самого понятия "классика". Классический стиль в наши дни очевидно тяготеет к умеренно-свободным, демократичным линиям, допускающим сочетание с другими стилями.

Некоторая демократизация классики проявляется прежде всего в свободном покрое жакета. Он притален - но слегка, и это не акцентируется. Все остальное жестко не регламентировано. Пиджак может быть и двубортным, и однобортным; до, ниже и выше линии бедер. Пуговицы - обязательно настоящие костяные или обтянутые тканью, кожей. Желательно, чтобы они были одного цвета с костюмом. Застежка может быть суппортной (внутренней), как у костюмов от Chanel. Плечо слегка расширенное и слегка приподнятое, но не более того.

На что не распространяются новомодные вольности, так это на юбку. Здесь для нововведений табу. Юбка должна быть прямой, зауженной книзу, облегающей бедра, с разрезом сзади не более десяти сантиметров. Классическая длина юбки - до середины колен. Но она может быть и чуть выше колена, и чуть ниже. Длина юбки до середины икры хороша лишь для женщин, имеющих проблемы с ногами.

Исключаются золотые и серебряные ремешки на юбке. И, наоборот, приветствуются кожаные ремешки ручной работы с логотипом известных фирм.

Брюки чисто классического покроя, чуть зауженные книзу. Признак моветона - брюки в обтяжку.

Большую роль в грамотном выборе женского делового костюма играют ткань и цвет. Предпочтение отдается гладким тканям - английским твиду и шерсти, а также сатину, матовому шелку, бархату и букле. Исключаются вискоза и всевозможные стрейчи.

Цветовая гамма не пестрая: серый, бежевый, разнообразные оттенки темно-синего, глубокого бордового, коричневого и черного.

Надо помнить, что одни и те же цвет и фактура ткани могут быть приемлемы на одном деловом мероприятии и совершенно недопустимы на другом. Например, костюм из хлопка по этикету можно надеть лишь в том случае, если вы с деловым партнером завтракаете или обедаете в ресторане на открытом воздухе. В костюме чисто-белого цвета вы можете появиться только в летнее время на ужине.

Костюм в тонкую полоску пригоден для официальных мероприятий во второй половине дня.

Особое внимание при выборе женского делового костюма следует обратить на фирму-изготовителя.

Лучше всего покупать деловые костюмы от таких известных фирм, как Armani, Max Mara, Lanvin, Trussardi, Cerruti, Robert Barton, Betty Barclay, Chanel, Guy La Roche, - спокойные, невызывающие, соответствующие канонам делового этикета вещи.

А вот полубившиеся россиянам костюмы от Versace, Dolce & Gabbana, модные Gucci, Moschino, японских модельеров для деловых встреч менее пригодны. Их модели больше подходят представителям богемы.

Если вы приглашены на ужин, уместны наряды от Valentino и Gianfranco Ferre. Главное: коллекционные вещи из последних подиумных показов для бизнес-леди не подходят. Ее деловой костюм должен быть безукоризненно скучен, прост и ясен, как корка черствого хлеба. Идеально, если деловой костюм сшит специально для определенной женщины в доме моды известного дизайнера. Второго такого костюма вы не встретите; на нем обязательно будет логотип фирмы с указанием лица, для которого сшита персональная модель.

Известно, что деловой костюм, состоящий из юбки и пиджака, чаще предназначается для мероприятий первой половины дня. Брюки и пиджак хороши вечером.

Черный деловой костюм хорош либо для вечерних деловых встреч, либо для официальных публичных выступлений.

1.9. Лекция №9 (2 часа)

Тема: «Этикетные правила в особых случаях»

1.9.1. Вопросы лекции:

1. Деловая культура и деловой этикет в современном бизнес-сообществе.
2. Этикет официального вечера.
3. Правила поведения на торжественном приеме

1.9.2. Краткое содержание вопросов

1. Деловая культура и деловой этикет в современном бизнес-сообществе

Характерной чертой новой информационной эпохи можно назвать переосмысление значения культуры как средства «установления ценностных связей в горизонте социальных институтов» [1]. Современная российская деловая культура, включающая деловую этику и этикет, деловой лексикон, телефонный этикет, протокол и другие формы общей деловой культуры, представляет на сегодняшний день пеструю смесь стереотипов поведения: остатки командно-административной системы, заимствования из западноевропейского бизнес-этикета и формирующиеся специфические российские нормы делового поведения.

В контексте современных процессов глобализации и интернационализации бизнеса все большее число предприятий ведут свои операции одновременно во многих странах мира, в той или иной форме проникая на зарубежные рынки и осваивая их. Одной из наиболее распространенных проблем, которые встают перед компаниями при осуществлении интернационализации их деятельности, является потребность в тщательном изучении и приспособлении к деловым культурам, с которыми они взаимодействуют, ведя переговоры с предпринимателями из других стран, принимая на

работу сотрудников-иностранцев, управляя деятельностью зарубежных филиалов и отделов внешнеэкономической деятельности.

Если не принимать во внимание торговые миссии и отдельные рекламные кампании фирм, то среди различных форм взаимодействия российского и иностранного капитала, можно выделить, во-первых, иностранные предприятия с представительством в России, во-вторых, совместные предприятия, наконец, российские компании, приобретшие в собственность зарубежные фирмы или открывшие филиалы на территории других государств.

Вопрос интеграции разнообразных кросс-культурных переменных, влияющих на ведение бизнеса, для достижения целей компании напрямую затрагивается вопрос построения соответствующей организационной культуры и управления человеческим капиталом. Успешное решение задач развития небольших фирм и крупных корпораций требует, в первую очередь, высококвалифицированного персонала, обладающего богатым научным и творческим потенциалом, настоящей команды профессионалов, которые ответственно служат делу, нужному им самим и социуму и приносящему прибыль. Это поле деятельности современного HR-менеджмента, который претерпел значительные изменения в последние десятилетия: от «отдела кадров» до систем управления интеллектуальным капиталом сотрудников, например, управления знаниями, предусматривающего индексацию, инвентаризацию и реструктуризацию интеллектуального капитала для решения конкретных проблем. Впрочем, данная задача сегодня актуальна для каждого из профессионалов, работающих в тех или иных организационных рамках или вне таковых.

Однако национальные особенности формирования и функционирования оргкультуры компаний, степень ее влияния на внутреннюю структуру, оценку и управление интеллектуальным капиталом организационного или персонального типа еще совершенно не изучены. Чтобы трансформировать интеллектуальный капитал в действенный инструмент обеспечения взаимодействия культур, необходимы анализ культурно-исторического обоснования данной концепции, западной ее трактовки, российских перспектив по ее внедрению и изучение необходимых для ее применения компетенций. Необходимо продумать условия, в которых абстрактная информация о специфике национальных культур обретет характер конкретного прикладного знания «реперных точек» для построения плодотворного общения между людьми из разных стран и для разворачивания взаимообогащающей совместной мыследеятельности в бизнесе и любой другой сфере.

Современные внутренние и внешние экономические отношения предъявляют повышенные требования к соблюдению общепринятых форм делового общения, этикета, этических норм. Несовпадение стандартов современной деловой культуры с общемировыми наносит ощутимый ущерб имиджу российского предпринимателя и репутации российского бизнеса в целом.

Остановить развитие отрицательных тенденций возможно при условии совершенствования экономического законодательства, улучшения социально-политической обстановки, целенаправленной разработки системы практических мероприятий по формированию надлежащей деловой культуры предпринимателей, а также комплексному обучению специалистов, менеджеров среднего и высшего звена основам деловой культуры и этикета.

В настоящее время такая система обучения практически отсутствует, и современную деловую культуру наши предприниматели усваивают ценой больших издержек, как материальных, так и морально-психологических. Средства массовой информации пока еще фрагментарно освещают вопросы деловой культуры; в сфере бизнес-образования почти нет комплексных курсов по деловой культуре; недостаточно учебных пособий, особенно отечественных, учитывающих российскую специфику: мало

проводится профессиональных научных исследований, результаты которых можно было бы использовать для надежных и эффективных практических рекомендаций.

Таким образом, к настоящему времени сформировалась весьма актуальная потребность в изменении сложившейся ситуации. Деловая культура не может развиваться далее без целенаправленного и системного содействия.

Общие параметры деловой культуры современного российского предпринимателя зафиксированы в «12 принципах ведения дел в России»:

1. Прибыль важнее всего, но честь дороже прибыли.
 2. Уважай участников общего дела – это основа отношений с ними и самоуважения. Уважение и самоуважение даются выполнением принятых деловых обязательств.
 3. Воздерживайся от насилия или угрозы применения насилия как способов достижения деловых целей.
 4. Всегда води дело сообразно средствам.
 5. Оправдывай доверие. в нем – основа предпринимательства и ключ к успеху. Стремись завоевать репутацию честного, компетентного и порядочного партнера. Будь таким, каким ты хочешь видеть своего лучшего партнера.
 6. Конкурируй достойно. Самый лучший партнер тот, который тоже выиграет от сделки.
 7. Соблюдай действующие законы и подчиняйся законной власти.
 8. Для законного влияния на власть и законотворчество объединяйся с единомышленниками на основе данных принципов.
 9. Твори добро для людей, не требуя за него непременно общественного признания.
 10. При создании и ведении дела не наноси ущерб природе.
 11. Найди в себе силы противостоять преступности и коррупции. Способствуй тому, чтобы они стали не выгодны всем.
 12. Проявляй терпимость к представителям других культур, верований и стран.
- Особое место в системе общей предпринимательской культуры занимает деловой этикет.

Этикет - совокупность норм и правил, отражающих представления о должном поведении и формализующих процесс коммуникации людей в обществе. Слово «этикет» впервые было употреблено в современном его значении на приеме при дворе короля Франции Людовика XIV (1638-1715), когда гостям были розданы карточки (этикетки) с изложением того, как они должны держаться, но само существование сводов определенного порядка поведения людей гораздо древнее. Об этом говорят дошедшие до наших дней памятники культуры Древнего Египта с его сложной системой внутриворцовых отношений и обширными дипломатическими связями, и многочисленные записи древних шумеров на глиняных табличках, которые, к радости современных исследователей, имели обыкновение фиксировать все, будь то предметы, необходимые для храмового обмена, или дары, предназначавшиеся божеству.

Этикет - часть социального уровня культуры. Поскольку неотторжимой частью культуры является система цензур и запретов, то можно сказать, что этикет на быденном уровне является отражением общего ее состояния. Этикет возможен тогда, когда существуют два партнера различного коммуникативного статуса, например, разного возраста или пола.

В России до реформ Петра I, то есть до 18 века, основная масса населения жила в соответствии с традиционным укладом, нашедшим свое выражение в сборнике правил - Домострое (XVI в.), где были прописаны особенности содержания домашнего хозяйства, начиная от правильного отправления православных церковных обрядов («как верить христианам в Святую Троицу и Пречистую Богородицу и как поклоняться кресту Христову...»; "как почитать архиреев, а также всех священников и монахов...; как всякого

страдающего посещать в монастырях и в больницах"), и кончая указаниями ключнику "как хранить в погребе или на леднике всякие припасы соленые...". Очень важными считались строго регламентированные правила гостеприимства («как с благодарностью угощать приходящих в дом твой»). Известно, что важна была даже встреча гостя, при которой учитывалось происхождение гостя и возраст. К равному гостю въезжали во двор, а затем подъезжали к крыльцу. К более высокому шли через двор пешком. Было не принято старшим ездить к младшим. Петр I активно начал внедрять этикет западного образца, новшества вводились практически насильно. Эта вынужденная смена образа жизни была принята далеко не всеми и коснулась только верхушки общества. Основная масса населения смотрела на европейски одетую знать как на чужаков. Позднее западноевропейский этикет привился и ассимилировался, но, как писал М.И.Пыляев, автор книги Старая Москва, уже и в екатерининское время под золотыми расшитыми кафтанами таились старинные грубые нравы.

Начиная с 18 века изучение этикета входит в обязательную программу образования. В частности, в женских пансионах обязательным элементом обучения были уроки этикета, когда девушки разыгрывали сцены из светской жизни и репетировали свое поведение в различных ситуациях: как встретить гостя, как согласиться на мазурку или дать вежливый отказ, как встретиться с пожилыми родственниками и т.д. Существовали также неписанные правила, которых придерживались люди из высшего общества и которые также можно считать этикетными для них. Вронский, герой романа Льва Толстого Анна Каренина, следует определенному своду правил: «Правила эти несомненно определяли, - что нужно заплатить шулеру, а портному не нужно, - что лгать не надо мужчинам, а женщинам можно, - что нельзя прощать оскорблений и можно оскорблять и т.д».

Общие правила этикета, которые в принципе нужно знать каждому человеку, который характеризует себя как «культурный»: не опаздывать, держать слово, не сплевывать на пол, прилюдно не чесаться, сдерживать негативные эмоции и изящно выражать позитивные, громко не смеяться, делать все достойно, без суеты, понижать голос, не «писклявить», говорить ясно, не бормотать и не глотать окончания, не использовать слов-паразитов, при обращении к другим людям использовать вежливые слова, при причинении неудобств другим людям извиняться, не смотреть на людей пристально, не говорить о других людях плохо в их отсутствие, обращаться к незнакомым людям на «Вы», мужчина пропускает женщину вперед, за исключением подвальных помещений, одеваться опрятно и т.д.

Владение правилами делового этикета в современном бизнес-сообществе не пережиток прошлого, а обязательное требование. От того, насколько вы умеете быть своим в любой, даже самой нестандартной ситуации, зависит качество и количество ваших деловых контактов, а значит и результат вашей бизнес-деятельности. При этом бизнес-среда постоянно усложняется, обрстая специфическими для каждого вида деятельности ритуалами и нормами, поэтому важно уметь адекватно применять собственные знания. Успех – это не только успеть, но еще и быть принятым как свой.

2. Этикет официального вечера

Этикет официального вечера отличается большей строгостью правил, чем обычной неформальной встречи. Некоторые поступки, допустимые в кругу друзей, способны вызвать недоумение на официальном приеме.

Если вы хотите чувствовать себя на званом вечере свободно и раскованно, а не вспоминать, что и в какой ситуации следует делать, вам необходимо следовать правилам этикета не только на официальных приемах, но и каждый день, независимо от того, где и с кем вы находитесь.

Общие правила

Люди, которые по дороге на торжественный вечер не обращают внимания на свое поведение, а попадая на него, преобразаются в галантных кавалеров и утонченных дам, вызывают по меньшей мере недоумение. Чтобы этого избежать, обратите внимание на свое поведение еще на улице.

Перед дверью и на лестнице принято, чтобы:

- мужчина пропускал женщину вперед (мужчина должен пройти немного вперед, открыть дверь и пропустить женщину. Но если дверь тяжелая и массивная, мужчина проходит и держит дверь, пока женщина не пройдет);
- младший по возрасту пропускал вперед старшего;
- подчиненный пропускал начальника (если старший по возрасту или положению уступает вам дорогу, вы можете пройти, сказав при этом «Спасибо» или «Благодарю вас»);
- если гости равны по социальному положению или возрасту, первым в дверь проходил тот, кто находится к ней ближе;
- гости пропускали хозяйку, в свою очередь хозяин должен пропускать вперед гостей. Исключением является ситуация, когда гость входит в темную незнакомую комнату, в этом случае он должен пропустить вперед хозяина;
- по лестнице вверх впереди шла женщина, за ней мужчина, а спускаясь, впереди шел мужчина, позади него – женщина. Если женщина вдруг оступится, мужчина может сразу прийти ей на помощь.

Можно ли опаздывать на официальные приемы? Это прежде всего зависит от самого приема. Если в пригласительной карточке было указано точное время начала и конца приема и при этом прием представляет собой фуршет, допустимо приходить, а также уходить в любое время в указанном промежутке.

Правилами этикета разрешено приходить не к самому началу приема, но принято считать, что если гость пришел в начале, а ушел в конце приема, он очень доброжелательно относится к хозяину дома. И наоборот, если вы подошли к середине приема и пробыли на нем не более 15–20 минут, это говорит о том, что у вас с хозяином приема весьма прохладные отношения.

На пригласительной карточке может быть указано «S.t.» (sine tempore) – то есть нужно прийти вовремя, точно, без опоздания. «Ct.» (cum tempore) – можно опоздать не более чем на 15 минут (академическое опоздание).

Если официальный прием предполагает четкое количество мест и рассаживание гостей за столом, опоздавшего обычно ждут 15 минут, после этого начинается торжество.

Если вы опоздали менее чем на 15 минут, причину опоздания называть не нужно. Если вы задержались на 15 минут и более, вам нужно подойти к хозяевам и, извинившись, кратко объяснить причину опоздания. Всем гостям знать ее не обязательно, поэтому не стоит во всеуслышание заявлять, почему именно вы опоздали.

Еще одно правило: не стоит уходить с официального приема раньше старших гостей. Если вам срочно нужно уйти, подойдите к хозяевам и, объяснив ситуацию, попрощайтесь. С остальными гостями прощаться не нужно.

Приветствие и знакомство

Каждый официальный прием начинается с приветствий, которыми обмениваются гости и хозяева мероприятия.

В большинстве случаев хозяева встречают гостей в дверях, исключения составляют свадьбы – в этом случае гостей встречают родители или другие родственники виновников торжества и проводят в комнату жениха или невесты.

Приветствием вы демонстрируете свое дружелюбие к другому человеку. С помощью приветствия можно сразу расположить к себе незнакомого человека, здесь главную роль играют ваши манеры и соблюдение правил этикета.

Существуют несколько основных правил, которых следует придерживаться каждому человеку. Так, мужчина должен первым приветствовать женщину, молодой

человек – более старшего по возрасту, вновь прибывшей гость – тех, кто пришел раньше него.

Постарайтесь ответить на каждое приветствие, иначе вы можете обидеть человека.

Мужчины, как и при обычной встрече, обмениваются рукопожатием. Но в официальной обстановке к рукопожатию этикетом предъявляются более строгие правила.

Рукопожатие является наиболее традиционным жестом приветствия. Протянутая рука не должна быть слишком расслабленной и вялой – такое рукопожатие неприятно, вы можете произвести впечатление ленивого и апатичного человека. Но также не следует впадать и в другую крайность – сильное рукопожатие, при котором слишком энергично жмут руку партнера, да еще и трясут ее несколько раз, ничего, кроме боли, не вызывает.

Протягивайте руку уверенным жестом, рукопожатие должно быть коротким, но в то же время достаточно энергичным. Не нужно долго пожимать руку партнера.

Самым сердечным рукопожатием считается приветствие человека сразу двумя руками.

Женщинам не обязательно пожимать друг другу руки, но этикетом это не запрещено. Как уже было сказано, перчатки снимать в этом случае не нужно. Хотя если вы хотите выразить почтение особе намного старше себя, здороваясь, все же снимайте перчатку.

Мужчины также не снимают перчатки во время рукопожатия, но если мужчина, который с вами здоровается, перчатку снял, вам лучше последовать его примеру.

Если мужчина приветствует рукопожатием женщину в перчатках, он также может не снимать свои собственные.

В Европе салфетки и специальные чаши для омовения рук перед едой стали появляться на столах только в XVII в. Тогда же в книгах по этикету стали отмечать, что облизывать пальцы, плевать в посуду, сморкаться в скатерть, бросать кости под стол невежливо. В XVIII в. правила поведения стали еще более строгими – за столом нужно было вести себя аккуратно, запрещалось есть с ножа, еду стали накладывать своей ложкой. Категорически запрещалось сморкаться во время принятия пищи.

Из Европы в Россию пришел распространенный обычай акколады – форма приветствия, при которой люди, не обнимаясь и сохраняя определенную дистанцию, прислоняются друг к другу щеками. В средние века акколадой заканчивался ритуал посвящения в рыцари.

Правилами этикета разрешают таким образом приветствовать как друзей и близких знакомых, так и совершенно незнакомых людей. Обычно так приветствуют друг друга либо женщины, либо мужчина и женщина. Среди мужчин такое приветствие непопулярно.

В России такая форма приветствия появилась недавно, поэтому лучше все же приветствовать так только друзей.

Мужчина может в качестве приветствия пожать другому мужчине правую руку, а левую положить на плечо.

Обмениваясь рукопожатием, следует соблюдать одно важное правило – не нарушать личное пространство другого человека. Если с вами здороваются, держась на определенном расстоянии от вас, не пытайтесь сократить дистанцию, иначе другому человеку будет с вами некомфортно.

В ритуале приветствия существует еще одна особенность. При рукопожатии не держите другую руку в кармане. Это еще допустимо в кругу очень близких друзей, но для просто знакомых и тем более совершенно незнакомых людей это неприемлемо.

Существует определенная очередность рукопожатий:

- сначала женщина здоровается с женщиной;
- потом мужчина с женщиной;
- после этого мужчина с мужчиной.

Кроме рукопожатия, вы можете поприветствовать друг друга легким наклоном головы. Выразить свое почтение более старшей женщине или мужчине можно, немного склонившись перед ними.

Многих волнует вопрос: нужно ли целовать женщине руку? Правила этикета на этот счет просты – целовать руку женщине нужно в том случае, если вы хотите показать ей свое уважение.

Однако помните, что целовать руку женщине принято только в закрытом помещении, на свежем воздухе этого делать не следует – это будет грубым нарушением норм этикета.

В этом отношении существует несколько правил:

- не целуйте руку в перчатке;
- не целуйте протянутую над столом руку;
- не целуйте руку чересчур страстно или, наоборот, механически;
- не целуйте руку только одной из присутствующих женщин, если они стоят вместе.

В начале XVI в. в Европе на торжественные обеды было принято подавать огромное количество всевозможных блюд. Считалось, что чем больше разнообразия, тем богаче стол. Как правило, это были кушанья из мяса и дичи (по 15–20 блюд), которые подавались вперемежку на одном большом блюде. В самых богатых домах на стол подавались целые олени, бычьи или кабаньи туши, фаршированные овощами и дичью.

Если вы пришли на официальный вечер в одиночестве, а там встретились с любимым человеком, не демонстрируйте свои чувства слишком эмоционально. Правилами этикета запрещены в этом случае страстные поцелуи, объятия или другие проявления излишней нежности. Подобное поведение допустимо только в кругу очень близких людей.

Очень часто на таких торжественных приемах, как свадьба, юбилей и так далее, встречаются люди, незнакомые друг с другом. Возможно, и вы попадете в такую ситуацию, и вам придется знакомить приглашенных друг с другом. Как правильно это сделать, соблюдая правила этикета?

Например, вы с братом разговариваете, а к вам подходит друг жениха, которого вы знаете, а ваш брат – нет. В этом случае вы обязательно должны их представить друг другу. Иначе это будет непростительная неучтивость с вашей стороны. Несколько веков назад процедура представления было полна различных нюансов, это была целая церемония. Сейчас, конечно же, правила в этом отношении не так строги. Достаточно будет сказать: «Михаил, я хочу познакомить тебя с моим братом Владимиром» или «Владимир, познакомься, это мой друг Михаил».

3. Правильное поведение на торжественном приеме

Правильное поведение за столом во время торжественного мероприятия не ограничивается умением пользоваться столовыми приборами и знанием того, что и как нужно есть.

Особое внимание обратите на свое поведение за праздничным столом.

Прежде всего необходимо научиться правильно сидеть за столом. Старайтесь сидеть прямо, но не в напряженной позе, неестественно выпрямив спину, а свободно и непринужденно. При этом нижняя часть спины должна быть прижата к спинке стула, а ноги полностью касаться пола.

Не сидите за столом, скрестив ноги. Во время еды не кладите локти на стол, по правилам этикета, это можно сделать ненадолго и только между подачей блюд. В перерывах между едой руки можно положить на колени, а можно сидеть и в более непринужденной позе – кистью левой руки слегка обопритесь о край стола, а правую положите на колени.

Не забывайте правильно пользоваться столовыми приборами. Как правило, еду из общего блюда нужно брать теми приборами, которые лежат рядом с ним (обычно это ложка). Накладывая еду себе в тарелку, постарайтесь сделать это аккуратно, ничего не уронив на скатерть.

Столовыми приборами пользуйтесь в том порядке, в котором они лежат на столе, начиная с крайних и двигаясь по направлению к тарелке. Согласно правилам этикета, вилку и нож следует держать, не касаясь пальцами зубцов или лезвия. Если по какой-либо причине вы перестали есть, положите столовые приборы на тарелку крест-накрест, но не на стол. Если вы пользуетесь только вилкой, положите нож таким образом, чтобы он опирался лезвием справа на край тарелки.

Если вы ждете следующую перемену блюд и на некоторое время прекратили есть, также положите столовые приборы крест-накрест – вилку выпуклой стороной вверх, а нож – острием влево. Скрещиваться столовые приборы должны в верхней трети ножа и начале зубцов вилки. Также не запрещается положить столовые приборы одним концом на стол, а другим – на тарелку. Если вы чувствуете, что наелись и больше есть не будете, положите столовые приборы на тарелку параллельно друг другу: вилку – выпуклой стороной вверх, нож – острием влево.

Взгляд является одной из основных составляющих правил этикета и очень важен во время общения. Это было замечено уже много сотен лет назад, не зря народная мудрость гласит: «Глаза – это зеркало души». Наблюдательный человек может по взгляду собеседника получить гораздо больше информации, чем через его слова.

В различных странах существуют свои собственные представления о правильном или неправильном взгляде. Например, в Японии не принято смотреть в глаза собеседнику, даже на деловой встрече. Японцы также старательно избегают проявлять какие-либо эмоции во время разговора – голос в любой ситуации остается ровным, а лицо совершенно бесстрастным. Также для японцев является нормой во время разговора разглядывать галстук или какую-либо другую деталь одежды собеседника.

На торжественном приеме постарайтесь наладить с другими людьми дружеские отношения, немалую роль в этом сыграет и ваш взгляд. Не смотрите пристально на своих собеседников и не фокусируйте взгляд только лишь на глазах другого человека, вы должны как бы охватить взглядом все его лицо. Благодаря этому нехитрому приему вы сможете следить не только за словами, но и за мимикой собеседника.

Старайтесь не смотреть искоса или исподлобья на других людей, подобные взгляды воспринимаются негативно. Общаясь с другими гостями, чаще улыбайтесь, старайтесь не разглядывать пристально прическу или одежду своего собеседника. Не задерживайте свой взгляд на ссорящихся супругах, капризных детях или физических недостатках кого-нибудь из присутствующих, во время еды не разглядывайте, как ест кто-либо из гостей.

Особое внимание старайтесь уделять своей жестикуляции. Не размахивайте сильно руками, чтобы не задеть какого-нибудь из присутствующих. Во время разговора старайтесь избегать суетливых движений, постоянно поправляя свою или чужую одежду, что еще более недопустимо. Не смотрите часто на часы, не теребите в руках носовой платок, ручку или зажигалку.

Во время еды следите за своей позой, не сидите, подперев кулаком голову или облокотившись на стол локтями.

Раньше было модным во время еды или питья отставлять в сторону мизинец, так пытались подчеркнуть свою утонченность.

Сейчас этот жест более чем неуместен, это выглядит излишне манерно.

Следите за своей походкой. Небрежная, семенящая или ковыляющая походка способна перечеркнуть все усилия, затраченные вами на свой внешний вид – прическу и костюм.

Главное в красивой походке – это прежде всего прямая спина, а также плавные и энергичные движения. Руки должны двигаться в ритм шагам. К женщинам и мужчинам предъявляют различные требования в отношении походки. Если мужчину делают привлекательным размашистые движения и достаточно широкий шаг, то для женщины это совершенно не подходит. Женщина должна ходить легко и естественно.

Во время движения не втягивайте голову в плечи. Некрасиво громко стучать каблуками, наступать нужно аккуратно, на всю ступню. Женщины при ходьбе на каблуках должны полностью распрямлять ноги в коленях, при этом живот должен быть слегка втянут.

Не только ходить, но и сидеть нужно красиво. На этот счет существуют определенные правила этикета:

- садиться и вставать со стула старайтесь как можно тише;
- следите за тем, чтобы сидеть ровно и прямо, не горбясь при этом и не облокачиваясь на спинку стула;
- не стучите ногой по ножке своего и тем более чужого стула;
- не раскачивайтесь на стуле;
- не садитесь на стул верхом или на его край;
- стул не двигайте по полу, а только переставляйте;
- когда вы сидите на стуле, не качайте ногой;
- если это не мешает присутствующим, ноги можно немного вытянуть перед собой;
- держите колени вместе, можете скрестить ноги в лодыжках, ступни ставьте вместе или одну чуть вперед, можно также положить одну ногу на другую;
- не рекомендуется широко расставлять ноги или опираться локтями на колени;
- не сидите, сцепив руки вокруг коленей или скрестив их на груди;
- не поворачивайтесь к кому-либо спиной, старайтесь сидеть, повернувшись боком или лицом ко всем присутствующим.

Разговаривая с кем-то из гостей, помните, что по этикету не положено шептаться или, наоборот, говорить громко, находясь на торжественном мероприятии. Разговаривайте вполголоса. Понятно, что разговаривать со всеми гостями на большом приеме не получится. Обычно преимущество отдается соседям по столу и сидящим напротив.

На официальных приемах нельзя курить в следующих обстоятельствах:

- если висит объявление, что курить запрещено;
- во время танца;
- за столом.

Женщина не должна давать мужчине прикурить. Обычно тот, кто первым закурил, предлагает огонь всем остальным. Мужчина, не дожидаясь, пока женщина прикурит сама, должен подать ей огонь. Нельзя протягивать горящую спичку или зажигалку через кого-то третьего, в этом случае нужно обойти этого человека и дать другому прикурить. Предлагая прикурить другому человеку, свою сигарету нужно вынуть изо рта и положить в пепельницу.

Пепел необходимо стряхивать только в пепельницы или специальные урны. Совершенно недопустимо дымить в лицо другому человеку.

1.10. Лекция №10 (2 часа)

Тема: «Внешность делового человека»

1.10.1. Вопросы лекции:

1. Этикет в культуре внешности
2. Внешний вид делового человека
3. Костюм делового мужчины

1.10.2. Краткое содержание вопросов

1. Этикет в культуре внешности

Впервые увидев человека, люди непроизвольно обращают внимание на его внешность. "Одежда составляет девяносто процентов всего того, что люди видят перед собой, когда смотрят на вас", - подчеркивает Дебра Гай Кокс, консультант по имиджу. Одежда воздействует на окружающих, так как, независимо от сознания человека, мгновенно фиксируется его органами чувств. Поэтому не зря говорят, что о человеке вначале судят по его внешности, затем по разговору, а далее по интерьеру его кабинета. Внешний вид, как правило, отражает внутреннее, нравственное содержание человека. "Люди судят о нас – то есть определяют, кто мы, где мы живем и где мы были – на основе одного лишь взгляда на нашу одежду", - говорит Кокс. Культуру человека подчеркивает его одежда. Она является, своего рода, визитной карточкой человека. Одежда несет партнерам по общению информацию о человеке, его вкусах, принадлежности к тому или иному социальному или профессиональному слою.

Со вкусом подобранная одежда, аксессуары, опрятный вид делают его уверенным, собранным, энергичным. Не зря Рокфеллер начал свой бизнес с того, что купил себе на последние деньги дорогой костюм и стал членом гольф-клуба. "Умение одеваться более важно, нежели умение входить в комнату или умение кланяться. Ничто так не бросается в глаза, как одежда человека", - наставляли в старину. Глядя на предпринимателя впервые, сразу составляют впечатление о нем самом и его благосостоянии. Большое значение имеет цвет одежды. Воздействие цветом – мощный психологический раздражитель: им можно успокоить, настроить партнеров на "деловой лад", можно в определенной ситуации вызвать неприязнь или, напротив, положительные эмоции. Цветовые сигналы воспринимаются партнерами на подсознательном уровне. Этим и объясняется "тайная" сила их воздействия. Согласно данным М. Люшера, создателя широко известного в современной психодиагностике цветового теста, каждый цвет имеет свое психологическое значение. Это подтверждают и отечественные психологи. Одежда должна соответствовать месту, времени, характеру события. Ее нужно уметь правильно носить. Чем светлее костюм, тем лучшего качества он должен быть.

2. Внешний вид делового человека

Внешний облик делового человека – это первый шаг к успеху, поскольку для потенциального партнера его костюм служит кодом, свидетельствующим о степени надежности, респектабельности и успеха в делах.

Доверие вызывает только тот, кто хорошо одет и причесан, у кого есть чувство вкуса и меры. Можно сказать, что и в сфере бизнеса "встречают по одежке", а уж потом оценивают и другие качества — пунктуальность, четкость, квалификацию, верность слову и т.п. Именно поэтому к внешнему виду делового человека, его повседневному костюму (не говоря уже о торжественных случаях) предъявляется много требований.

Вместе с тем не нужно стараться подавлять партнеров богатством своего облика, свидетельствующим о вашей мощной кредитоспособности. В большинстве промышленно развитых стран тяжелые золотые перстни, цепочки и браслеты, бросающиеся в глаза часы или излишняя пестрота галстука, могут только зародить сомнения вашей серьезности.

Правда, есть регионы (например, арабский Восток), где не только допускается, но даже требуется от бизнесмена демонстрация роскоши как наглядное свидетельство его процветания. Такими "признаками успеха" являются и платиновые зажималки с монограммами, и часы с бриллиантами, и запонки с драгоценными камнями, и сверхдорогие автомобили.

3. Костюм делового мужчины

Деловой костюм – это как визитная карточка бизнесмена. Нет делового костюма – нет для сообщества деловых людей и самого бизнесмена. Недаром в далеком XIX веке будущий миллиардер Рокфеллер начал свой путь к успеху с вложений не в бизнес, а в самого себя: он истратил буквально последние деньги на два важных приобретения:

первым приобретением был дорогой деловой костюм, вторым – членская карточка в престижном гольф-клубе. Костюм создавал имидж, карточка давала знакомства и личные связи. Мудрый он был и дальновидный человек, этот Рокфеллер!

Как для первого контакта, так и для последующих деловых встреч с важными отечественными и иностранными партнерами стоит надеть тщательно вычищенный и отглаженный костюм со светлой рубашкой и галстуком в тон.

Не стоит появляться на деловых встречах в куртках, спортивных брюках, джинсах, а также в кожаных пиджаках, которые уважающие себя бизнесмены надевают в лучшем случае на загородные прогулки.

Однако есть особые сферы бизнеса, где допускаются экстравагантные наряды в качестве своего рода торговой марки и знака принадлежности к цеху. Например, менеджер рок-певца или организатор концерта "тяжелого металла" может щеголять с серьгой в ухе и иметь прическу в виде схваченного ленточкой конского хвоста. А торговцу картинами вполне приличествуют по-богемному пестрые пиджаки и шелковые шейные платки.

Бизнесмены, стремящиеся к успеху, тщательно следят за деталями и придирчиво учитывают их в своих выводах. Например, чудовищное впечатление производят короткие, спустившиеся складками носки, которые открывают белые икры бизнесмена, когда он сидит, закинув ногу на ногу. Особенно необходимы чистые и без дырок носки в Японии, поскольку там приходится снимать обувь при входе в дом или ресторан.

Портят впечатление несвежий носовой платок, полуоторванная пуговица или привычка протирать очки концом галстука.

Нельзя забывать и об обуви – запыленные и потрескавшиеся туфли могут испортить впечатление даже от вполне приличного костюма. Надо отбросить простодушную отечественную привычку дополнять пиджачную пару с галстуком босоножками, из которых выглядывают нитяные носки, избегать слишком пахучих одеколонов и лосьонов после бритья. И вообще главное, к чему следует стремиться, – общее впечатление опрятности, аккуратности и даже некоторой педантичности в одежде. Это должно заставить партнера думать, что столь "подтянуты" будете вы и в делах.

Внешне бизнесмена легко отличить от всех прочих мужчин: он выглядит уверенным в себе, стабильным, одет достаточно консервативно. Если богатый бездельник выбирает дорогую и изысканную одежду с претензией на шик, люди свободных профессий – нестандартную, рабочие – простую и надежную, молодежь – спортивную, то деловой человек немыслим без мужского костюма, который в полном варианте состоит из "тройки" (пиджак, брюки, жилет), а в стандартном – то же самое без жилета.

Одежда формирует внешний облик делового человека. Она привлекает внимание людей, озабоченных межличностными отношениями. По словам Элисон Лурье, автора книги "Язык одежды": "... социологи говорят нам, что мода... является языком знаков, невербальной системой коммуникации". Главное в одежде мужчин – костюм. Наиболее распространены следующие стили мужских костюмов: английский; европейский; модифицированный европейский; американский "мешочный".

Обязательной принадлежностью классического мужского костюма является пиджак. Его необходимо надевать при любом визите.

Нижняя пуговица пиджака не застегивается никогда. Остальные обязательно должны быть застегнуты в официальной обстановке — на трибуне, при входе в любое помещение и т.д. Танцевать следует тоже лишь в застегнутом пиджаке. Расстегнуть его можно только в том случае, если вы сидите за столом или в зрительном зале. Снимать пиджак на официальных мероприятиях можно только после того, как это сделал хозяин, почетный гость — словом, первое лицо на приеме. И если это самое первое лицо, несмотря на изнуряющую жару, как ни в чем не бывало, сидит в пиджаке, присутствующим более низкого ранга остается лишь мысленно посылать проклятия в адрес этого невосприимчивого к высокой температуре и чужим проблемам чурбана. Лишь

находясь в гостях у близких знакомых, можно снять пиджак, не дожидаясь, пока это сделает хозяин. Но предварительно следует попросить у хозяина разрешения на это. Поздней осенью, зимой, ранней весной, в вечернее время лучше носить темный пиджак. В дневное время и летом предпочтительнее светлый костюм, в жару — хлопчатобумажный. Костюм может быть однотонным, а также в мелкую полоску или в клетку, но без резких контрастов. Для деловых переговоров рекомендуется надевать однотонные костюмы серого, темно-серого, темно-синего или черного цвета. Наиболее распространен в деловом мире костюм-двойка, но допускается и костюм-тройка. Черный костюм предназначен для самых торжественных случаев. Все остальные детали одежды подбираются под костюм.

Покрой пиджака — двубортный или однобортный, с широкими или узкими лацканами — зависит не только от моды. Однобортный пиджак на двух пуговицах показывает мобильность бизнесмена, его скорость реакции, динамичность. Двубортный пиджак говорит о способности удерживать достижения, разумном распределении средств или вложений, надежности и стойкости при любых катаклизмах. Двубортные костюмы противопоказаны всем полным людям, даже нормального или относительно высокого роста. Они делают своих владельцев настоящими толстяками.

Кроме ширины запаха пиджаки отличаются также наличием разрезов, которых может быть два, один или вовсе ни одного. Пиджак без шлиц называется европейским. Он выглядит привлекательно только на стройных мужчинах. Толстякам и даже мужчинам нормального телосложения, но с животиком или широкими бедрами, европейский тип пиджака противопоказан. Он идеально сидит только на высоких и худощавых людях. И то если они стоят. Сидеть в таком пиджаке можно без неудобства, только полностью его расстегнув.

Американский пиджак с одной шлицей более удобен при ходьбе, менее связан с комплекцией человека. Но он тоже не слишком комфортен: для того, чтобы сесть, его необходимо расстегнуть. Самый надежный в этом плане — английский пиджак с двумя шлицами. Сидеть в нем достаточно легко, поскольку сзади пиджак сразу же расходится в стороны и не мешает посадке. Его можно не расстегивать полностью. Дело в том, что нижнюю пуговицу принято никогда не продевать в петлю, чтобы не мешать свободному движению.

Пиджак с двумя шлицами позволяет легко и свободно вставать и садиться. Исходить в выборе, наверное, нужно из того, насколько у вас подвижная работа, и из особенностей вашей комплекции. Крой пиджака во всем остальном должен просто отвечать вашему представлению об удобном и неудобном, то есть ощущению комфорта или дискомфорта при ношении вещи.

Деловой мужчина для различных мероприятий должен иметь не менее трех костюмов и 12 хлопчатобумажных сорочек различных цветов, преимущественно пастельных. Они должны подходить к костюмам по тону. Обязательно нужно иметь белые сорочки, но белого леденистого цвета. Допускается тонкая полоска или клетка. Пестрая рубашка не подходит к костюму с узором. Никогда не надевайте рубашку в полоску с костюмом в клетку и, наоборот, клетчатую рубашку с костюмом в полоску. Чем темнее костюм, тем светлее должна быть рубашка. Идеальная рубашка, подходящая для визитов любого уровня, — белая. Но самое гармоничное сочетание и самая лучшая рубашка не производят хорошего впечатления, если рубашка грязная. Свежесть рубашки — самая важная ее характеристика. Рукав — длинный. Воротник сорочки — классический. Однако выбор воротника важен для мужчин с нестандартной шеей и формой лица. У стройных мужчин с длинной худой шеей суженные воротники (со сближенными углами) или длинные и острые воротники подчеркивают те черты, которые нужно приглушить. Им больше идут широкие воротники. Они как бы расширяют шею. Мужчины с полным лицом и короткой шеей выглядят эффектнее в сорочках с узкими воротниками. Воротники с петелькой и завышенной горловиной хороши для мужчин со средней шеей.

На сорочке, как и на пиджаке, также не допускаются элементы спортивного или военного стиля – погончики, накладные карманы со складочками или кокетками. Допустим один накладной карман. Обычно на кармане имеется логотип (словесный товарный знак) фирмы-изготовителя.

Джон Т. Моллой в книге "Одежда для успеха" пишет: " Если у вас есть намерение воспринять все, что я написал в этой книге, всерьез... то вы никогда на протяжении всей своей жизни не наденете сорочку с коротким рукавом на деловую встречу, независимо от того, работаете ли вы совсем недавно в качестве простого курьера или же вы президент компании. Короткий рукав является символом низшего социального слоя среднего класса и потому не может чисто психологически вызывать чувства уважения и власти".

Элегантные сорочки должны быть без карманов, но если они есть, то в них не принято ничего класть. Уголки воротника при завязанном галстуке не должны отставать, как в дешевых сорочках. Манжеты у сорочек бывают простые, застегивающиеся на пуговицу, и двойные (французские), застегивающиеся на запонки. Двойные - придают имиджу лоск. За счет ширины и деталей таких манжет руки не кажутся длинными.

Особое внимание уделяется галстуку. Галстук — обязательное дополнение к однотонной рубашке. С костюмом в полоску, в клетку и т.д. хорошо сочетается однотонный галстук. А с однотонным костюмом — галстук с узором, пестрый. Если рубашка несветлая однотонная, нужно позаботиться о том, чтобы галстук сочетался с ее цветом. К яркой рубашке с узором подойдет только однотонный галстук. Во всех случаях галстук должен быть темнее рубашки. Расцветка галстука вашего делового партнера может помочь вам определить его характер, настроение, позицию на данных переговорах. Ярко-красные галстуки выражают экспрессивность, некоторую непоследовательность. Сочетание ярко-красного цвета с желтым — раскованность, настойчивость в отстаивании собственной точки зрения. Красный рисунок на темном фоне может свидетельствовать об уверенности в себе, целеустремленности. Синие, темно-коричневые цвета с добавлением красного и чуть-чуть изумрудного сообщают о доброжелательности, готовности учесть мнение оппонента. Серо-жемчужные цвета подчеркивают умение владеть чувствами. Ядовито-зеленые в сочетании с желтыми могут указывать на некоторую настороженность. Голубые галстуки излучают спокойствие. Черный плетеный кожаный галстук указывает на желание быть элегантным, привлекательным. Для деловых переговоров лучше выбирать серо-жемчужные, сине- красные, темно-бордовые галстуки. Рекомендуются галстуки с графическим рисунком. Такая цветовая гамма настроит ваших собеседников на деловой лад, подчеркнет ваше уважение к ним. А вот яркий галстук с авангардным рисунком создаст у ваших деловых партнеров ощущение эмоционального давления, будет раздражать и отвлекать их. Также рекомендуется использовать комплект из одинаковых по расцветке галстука и носового платка (кончик которого выглядывает из нагрудного кармана). К вечернему темному костюму лучше всего подходит шелковый галстук. Синтетический галстук носят только с кожаным пиджаком. В галстуках-бабочках появляются только на официальных мероприятиях. Матерчатый черный галстук уместен лишь на похоронах и поминальных церемониях. Галстук не принято сочетать со спортивной, шерстяной рубашкой, с любой рубашкой, которую носят на выпуск. Ширина галстука должна быть прямо пропорциональна размеру пиджака, т.е. чем шире в плечах человек, тем шире должен быть галстук. Нельзя допускать, чтобы галстук свисал ниже пояса. Но и слишком короткий тоже неприемлем. Он должен чуть-чуть не доходить до пряжки брючного пояса. И, конечно же, галстук должен быть завязан аккуратно и правильно. Галстуки из плотной материи следует завязывать заново каждый раз.

Не только галстук, но и туфли указывают на общественный статус и удачливость мужчины. Во всех пособиях по деловому этикету про обувь написано следующее: она должна быть дорогой, консервативного вида, на тонкой подметке, черной или темной (под темный костюм) и соответствующего оттенка – для светлого костюма. Но, прежде всего, обувь должна быть удобной. Так что если в магазине продавец уверяет вас, что это та

самая модель, которая идеально подходит для делового костюма, то, разобравшись с этим ее предназначением, проверьте, насколько удобна она на ноге, и не забудьте, для какой цели вы ее приобретаете: если будете носить только в помещении, то выбор справедлив, но если вам придется в этой деловой обуви ходить по нашей грешной земле и в слякотное время года, то стоит задуматься, справятся или нет ваши туфли с дождем, снегом или грязью. Иначе вы рискуете в скором времени отдать дорогие туфли ближайшей помойке.

Элегантно дополняют костюм легкие полуботинки на шнуровке из натуральной кожи (верх, низ, стельки). С верхней одеждой носят ботинки: черные ботинки на шнурках, классические черные кожаные полуботинки на шнурках. Возможны мокасины, если они изготовлены из первоклассной натуральной кожи и просты по стилю. Не носят обувь на высоких каблуках, а также лакированную. Деловой человек не носит туфли из велюровой кожи. Они не допустимы в деловой сфере. Лакированная обувь соответствует только фракку и смокингу.

Отделаться "башмаками на все случаи" вам все равно не удастся. Для холодных сезонов придется подбирать зимнюю и осеннюю обувь, для лета – летнюю. Но во всех случаях обувь должна выглядеть дорогой и престижной. Это не означает, что ей необходим экстравагантный фасон, хотя сегодня и в мире мужской обувной моды существуют весьма смелые решения. Мужская деловая обувь отличается простотой, то есть в ней не должно быть разного рода вставок другого цвета, дополнительных ремешков, пряжек, эмблем и прочих деталей, которые хороши в молодежной моде, но не соответствуют деловому стилю. Обувь всегда должна быть безукоризненно чистой как внутри, так и снаружи. За сутки нога выделяет 200 мл пота. Деловой мужчина носит тонкие шерстяные носки. Впитывая пот, такие носки остаются на ощупь сухими. Носки должны быть длинными. В этом случае, положив ногу на ногу, не видно из-под брюк голое тело (эрогенные зоны). Недопустимо, чтобы была видна голая часть ноги. Длинные носки придают ноге элегантность. Нежелательны носки с узорами. Цвет носков создает переход от цвета костюма к цвету обуви, сочетается с ними. Предпочтительны темные однотонные носки. Белые носки недопустимы. Их носят в основном, спортсмены. Об этом читаем в одной из заповедей, как надо одеваться начинающему бизнесмену, в школе бизнеса во Франкфурте-на-Майне: "Джентльмен не носит белые носки! Бизнесмен, если он джентльмен, - тоже". Основной принцип выбора делового костюма прост: мужская одежда должна хорошо сидеть и человеку в ней должно быть уютно. Так что при выборе делового костюма рекомендуется не просто его надеть и постоять у зеркала, но еще и походить, посидеть, даже понагнуться, оценив костюм не в статике, а в движении. Кроме того, если вы выбираете удобный костюм, не забудьте проверить, чтобы вам было удобно и в том случае, когда карманы окажутся не идеально пустыми. Если они предусмотрены, то для чего-то ведь существуют. В то же время не пустые уже карманы не должны выпирать и оттопыриваться

2. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ПРОВЕДЕНИЮ СЕМИНАРСКОЕ ЗАНЯТИЕ №СКИХ ЗАНЯТИЙ

2.1 Семинарское занятие № 1. (2 часа).

Тема. Личность, культура, этика.

2.1.1. Вопросы к занятию:

1. Понятие об этикете. Происхождение профессиональной этики.
2. Профессионализм как нравственная черта личности.
3. Виды профессиональной этики.

2.1.2. Краткое описание проводимого занятия:

При подготовке к занятию необходимо обратить внимание на следующие моменты: студент должен раскрыть понятие «этикет», показать происхождение норм профессиональной этики и ее виды.

2.2. Семинарское занятие № 2. (2 часа)

Тема: Личность, культура, этика.

2.2.1. Вопросы к занятию:

1. Необходимые профессиональные, человеческие качества
2. Понятие, содержание и структура моральной культуры личности
3. Моральная культура руководителя и ее формирование

2.2.2. Краткое описание проводимого занятия:

Необходимо раскрыть суть профессиональных и человеческих качеств. Также необходимо раскрыть содержание и структуру моральной культуры личности. Студент должен знать отличие Милетской и Элейской школ. При рассмотрении вопроса о моральной культуре руководителя необходимо обратить внимание на ее формирование.

2.3. Семинарское занятие № 3. (2 часа)

Тема: Этика и этикет в отношениях руководителя и подчиненных

2.3.1. Вопросы к занятию:

1. Основные этические категории, их абстрактность и относительность
2. Этикет общения руководителя и подчиненного.
3. Требования этикета к служащему при приеме посетителей

2.3.2. Краткое описание проводимого занятия:

При подготовке к занятию необходимо обратить внимание на следующие моменты: раскрыть суть основных этических категорий, показав их абстрактность и относительность. Рассказать об основных требованиях этикета к служащему при приеме посетителей.

2.4. Семинарское занятие № 4. (2 часа)

Тема: Этика и этикет в отношениях руководителя и подчиненных.

2.4.1. Вопросы к занятию:

1. Условия эффективности поощрений
2. Условия использования принуждения

2.4.2. Краткое описание проводимого занятия:

Следует рассмотреть основные условия эффективности поощрения сотрудников и условия использования принуждения.

2.5. Семинарское занятие № 5. (2 часа)

Тема: Этикет составления корреспонденции.

2.5.1. Вопросы к занятию:

1. История русского делового письма.

2. Классификация деловых писем.

2.5.2. Краткое описание проводимого занятия:

При подготовке к занятию следует рассмотреть историю русского делового письма . Также необходимо раскрыть классификацию писем по нескольким основаниям.

2.6. Семинарское занятие № 6. (2 часа)

Тема: Этикет составления корреспонденции.

2.6.1. Вопросы к занятию:

1. Оформление стандартного письма
2. Цель письма. Текст письма. Общие правила
3. Типичные ошибки в языке и стиле деловой корреспонденции.

2.6.2. Краткое описание проводимого занятия:

При подготовке к занятию необходимо раскрыть суть составления корреспонденции. Для этого следует обратить внимание на оформление письма, также следует отметить, общие правила написания письма и указать ошибки в языке и стиле деловой корреспонденции.

2.7. Семинарское занятие № 7. (2 часа)

Тема: Подготовка и проведение деловых встреч.

2.7.1. Вопросы к занятию:

1. Предмет деловой встречи
2. Место проведения деловых встреч
3. Время проведения деловых встреч

2.7.2. Краткое описание проводимого занятия:

При подготовке к занятию необходимо проанализировать особенности подготовки деловых встреч. Для этого следует обратить внимание на предмет, место и время проведения деловой встречи.

2.8. Семинарское занятие № 8. (2 часа).

Тема: Подготовка и проведение деловых встреч

2.8.1. Вопросы к занятию:

1. Подготовка и проведение приемов.
2. Прием делегаций.

2.8.2. Краткое описание проводимого занятия:

При подготовке к занятию необходимо раскрыть основные правила подготовки и проведения приемов, а также приема делегаций.

2.9. Семинарское занятие № 9. (2 часа)

Тема: Этика телефонных переговоров

2.9.1. Вопросы к занятию:

1. Значение телефонных переговоров.
2. Психологические особенности общения по телефону
3. Телефонная этика

2.9.2. Краткое описание проводимого занятия:

При подготовке к занятию необходимо показать значение телефонных переговоров, а также рассказать об основных особенностях общения по телефону.

2.10. Семинарское занятие № 10. (2 часа)

Тема: Этика телефонных переговоров

2.10.1. Вопросы к занятию:

1. Основные правила ведения телефонных переговоров.

2. Основные правила избегания неловких ситуаций во время телефонного разговора.

2.10.2. Краткое описание проводимого занятия:

При подготовке к занятию необходимо рассмотреть основные правила ведения телефонных переговоров, а также основные правила избегания неловких ситуаций во время телефонного разговора.

2.11. Семинарское занятие № 11. (2 часа)

Тема: Национальные особенности делового общения

2.11.1. Вопросы к занятию:

1. Понятие и сущность делового общения.
2. Национальный стиль делового общения.
3. Основные мировые культурные типы

2.11.2. Краткое описание проводимого занятия:

При подготовке к занятию необходимо рассмотреть понятие и сущность делового общения. Раскрыть особенности национального стиля общения и рассмотреть основные мировые культурные типы.

2.12. Семинарское занятие № 12. (2 часа)

Тема: Национальные особенности делового общения.

2.12.1. Вопросы к занятию:

1. Англоязычные стили делового общения
2. Особенности ведения переговоров в континентальной Европе.
3. Специфика восточного менталитета при организации делового общения.

2.12.2. Краткое описание проводимого занятия:

При подготовке к занятию необходимо рассмотреть англоязычные стили делового общения и особенности ведения переговоров в континентальной Европе. Раскрыть специфику делового менталитета при организации делового общения.

2.13.Семинарское занятие № 13. (2 часа)

Тема: Национальные особенности делового общения.

2.13.1. Вопросы к занятию:

1. Факторы, повлиявшие на формирование делового стиля в России.
2. Тенденции развития российского стиля делового общения

2.13.2. Краткое описание проводимого занятия:

Необходимо рассмотреть основные факторы, которые повлиявшие на формирование делового стиля в России

2.14. Семинарское занятие № 14. (2 часа)

Тема: Этикет деловой женщины

2.14.1. Вопросы к занятию:

1. Стиль деловой женщины.
2. Одежда деловой женщины.

2.14.2. Краткое описание проводимого занятия:

При подготовке к занятию необходимо рассмотреть стиль и одежду деловой женщины.

2.15. Семинарское занятие № 15. (2 часа)

Тема: Этикет деловой женщины

2.15.1. Вопросы к занятию:

1. Прическа и макияж деловой женщины.
2. Рабочее место деловой женщины.

2.15.2. Краткое описание проводимого занятия:

При подготовке к занятию необходимо рассмотреть прическу и макияж, а также особенности обустройства рабочего места деловой женщины.

2.16. Семинарское занятие № 16. (2 часа)

Тема: Этикетные правила в особых случаях

2.16.1. Вопросы к занятию:

1. Деловая культура и деловой этикет в современном бизнес-сообществе.
2. Этикет официального вечера.
3. Правила поведения на торжественном приеме

2.16.2. Краткое описание проводимого занятия:

При подготовке к занятию необходимо рассмотреть особенности деловой культуры и этикета в современном бизнес-сообществе. Следует отметить особенности этикета официального вечера, а также правила поведения на торжественном приеме.

2.17. Семинарское занятие № 17. (2 часа)

Тема: Этикетные правила в особых случаях.

2.17.1. Вопросы к занятию:

1. Этикет для особых случаев.
2. Деловое застолье: этикетные нормы и предложения.

2.17.2. Краткое описание проводимого занятия:

При подготовке к занятию необходимо рассмотреть этикет для особых случаев (крестины, поминки, похороны и т.д.), а также особенности делового застолья.

2.18. Семинарское занятие № 18. (2 часа).

Тема: Внешность делового человека.

1. Этикет в культуре внешности.
2. Внешний вид делового человека
3. Костюм делового мужчины

2.18.2. Краткое описание проводимого занятия:

При подготовке к занятию необходимо рассмотреть внешний вид делового человека и костюм делового мужчины.

2.19. Семинарское занятие № 19. (2 часа)

Тема: Внешность делового человека.

2.19.1. Вопросы к занятию:

1. Особенности дресс-кода.
2. Одежда для командировки.

2.19.2. Краткое описание проводимого занятия:

При подготовке к занятию необходимо рассмотреть особенности дресс-кода.