**Вступ**

Тема контрольної роботи – «Корпоративна культура».

Будь-яка установа, організація, фірма існує для того, щоб виробляти матеріальні блага і надавати послуги. У більшості випадків виробництво, надання послуг пов'язані у певний технологічний ланцюг, для приведення в дію всіх ланок якого в організації створюється певна адміністративна система або система управління, де персонал виконує функції керівників і підлеглих. їх взаємозалежність є організаційною структурою, яка так чи інакше впорядковує організаційну поведінку працівників у розподілі повноважень і відповідальності.

Проте діяльність організацій не може здійснюватися на основі лише якості технології або управлінської ієрархії. В організаціях працюють люди, а звідси виходить, що в своїй діяльності вони керуються якимись конкретними цінностями, виконують визначені дії, дотримуються усталених правил організаційної поведінки тощо. У цьому розумінні кожне підприємство чи організація є конкретним соціокультурним простором.

У більшості випадків організація чи підприємство створюється для реалізації поставленої підприємцем мети, для виконання якоїсь справи. Спосіб, у який здійснюється господарська діяльність в організації і ведуться справи, надає організації індивідуального забарвлення, персоніфікує її. При цьому успіх функціонування, виживання і стратегічного розвитку організації як складного і неповторного механізму залежить від того, заради чого люди стали членами єдиного колективу, як будуються їхні взаємини, які цінності, усталені норми, принципи життя і діяльності вони поділяють. Звідси і виникає, формується поняття « корпоративної культури».

Отже, корпоративна культура – це сукупність норм, цінностей, переконань, які визначають спосіб об'єднання груп та окремих особистостей в організацію для досягнення поставлених перед нею завдань. Це також кодекс поведінки, ритуали, зовнішня символіка та інші ціннісні орієнтації. Все це становить основу для норм й форми поведінки, які поділяють і декларують засновники та авторитетні працівники організації. Це ключова ланка, яка формує єдність поглядів і дій всіх інших співробітників.

Незадекларовані правила регулюють взаємини співробітників всіх ієрархічних рівнів організаційної структури, вплинути на цей кодекс поведінки як ззовні, так із середини досить складно. Значення керівної ланки працівників полягає в потужних можливостях впливу як позитивного, так і негативного на формування і реалізацію корпоративної культури нижчих рівнів.

Процвітаючі фірми мають чіткий набір цінностей і керівних принципів, які визначають рівень корпоративної культури. Секретар, звичайно ж, є не просто рядовим « носієм» корпоративної культури організації, а й своєрідним « провідником», « зразком» цієї культури.

Мета роботи – розглянути такі питання як:

– поняття корпоративної культури;

– ділова етика секретаря;

– етика керівника і підлеглого;

– ділові подарунки і сувеніри;

– конфлікти та шляхи їх вирішення.

**1. Ділова етика секретаря**

У приймальні керівника буває багато відвідувачів і від знання і дотримання секретарем ділової етики залежить його імідж і організації в цілому. Дотримуючись ділового етикету, секретар одночасно є зразком і для відвідувачів, і для співробітників.

Секретар вітає доброзичливою посмішкою всіх, хто заходить у приймальню. Особливе правило: секретар вітає свого керівника, керівників вищого рангу і почесних гостей вставанням із-за робочого столу, якщо бачить їх в цей день вперше.

Секретар повинен представити своєму керівнику всіх відвідувачів.

Секретар у будь-якій фірмі є провідником ідей і рішень керівника, посередником між керівником і співробітниками. Взаємовідносини секретаря із співробітниками багато в чому залежать від особистості самого секретаря. Потрібно пам'ятати, що секретарю в будь-якому випадку необхідно виявляти такт і дипломатичність, не допускаючи зазнайства і байдужості в стосунках із співробітниками. Часто секретарю доводиться виступати від імені керівника. Дуже важливо вміти ввічливо і чітко давати необхідні доручення, контролювати їх виконання, не перебільшуючи власної ролі. На практиці секретарю нерідко доводиться згладжувати конфлікти, що виникли між керівниками і співробітниками. Тут багато що залежить від професійності і гнучкості поведінки секретаря в складних ситуаціях, уміння володіти своїми емоціями. В зв'язку з тим, що в секретаря особливий статус – він знаходиться між колективом і керівником – він повинен дуже ретельно вибудовувати стосунки з колегами. З одного боку, до вас вони ставляться з підозрою, адже ви ближче до керівництва, а з другого – завжди хочуть мати вас в союзниках, щоб в разі чого ви могли сприяти в справах при необхідності. Важливо з перших днів не протиставити себе колективу, знайти спільну мову з кожним співробітником, але ні в якому випадку не входити в які-небудь групи чи коаліції.

У будь-якому випадку необхідно триматись стійко, не брати участі в обмовах, пересудах, різного роду інтригах. Не слід збирати плітки, а тим більше довіряти їм і розповсюджувати їх. Ухиляйтеся від будь-яких категоричних висловлювань про своїх і не своїх співробітників. Якщо конфлікт між співробітниками розгорається в приймальні, ні в якому випадку не приймайте чиюсь одну сторону, а намагайтеся загладити ситуацію. На роботі краще всього до всіх співробітників звертатися на « ви», а до більш старших за віком і посадою – обов'язково по імені і по батькові. Секретар – права рука керівника, і такий високий статус на фірмі інколи провокує « зіркову хворобу». Професійний секретар не може дозволити собі спілкуватися з колегами звисока. Навіть при довірливих і прекрасних стосунках з колегами не розслабляйтесь і в пориві відвертості не видавайте чужих секретів. Є маса хитромудрих прийомів, щоб отримати необхідну інформацію. Наприклад, здогадка видається як уже реальний факт, а вам пропонується тільки підтвердити це навіть не словом, а лише кивком голови. Єдина правильна відповідь в подібній ситуації: «Я не в курсі».

Поради щодо прийому відвідувачів:

1. Виявити інтерес до відвідувача, адже кожному приємно бачити, що він цікавий.

2. Починати розмову слід з того, що цікавить співрозмовника.

3. Розмовляючи, слід звертатись як можна частіше по імені і по батькові, адже відомо, що кожному приємно чути власне ім'я.

4. Будьте уважним слухачем.

5. Не перебивайте в розмові співбесідника.

6. Записуйте важливу інформацію.

7. Посміхайтесь людині (у багатьох країнах співробітники зобов'язані це робити).

8. Встановіть візуальний контакт (декілька секунд зазвичай достатньо для взаєморозуміння).

9. Слухаючи, інколи кивайте, оскільки це означає розуміння.

10. Не намагайтеся радити, поки вас про це не попросять.

11. Універсальний засіб привернути до себе співрозмовника – хороший комплімент. Головне правило компліменту – він повинен бути щирим. Знайдіть в людині щось добре, в чому вона за вас краща.

12. Проявляйте симпатію, тобто здатність до відчуття емоційного стану іншої людини у формі співпереживання.

13. Дружнє доторкання до співбесідника є сильним засобом, але дозволяється застосовувати тільки до достатньо знайомої людини.

14. Робіть паузи в розмові (5–6 сек.), інакше вони стають обтяжливими.

15. Будьте пунктуальними, цим ви виявляєте повагу до партнера [16, с. 105–112].

**2. Етика керівника і підлеглого**

Оскільки секретар у будь-якій організації є провідником ідей і рішень керівника, їх ділові стосунки, етика цих стосунків вкрай важлива. В успішного секретаря, як правило, не виникає проблем у спілкуванні з шефом, він завжди отримає те, що хоче. Для цього потрібно навчитись відчувати настрій керівника в тій чи іншій ситуації і підбирати відповідний тон спілкування. В залежності від ситуації ви можете бути сухо-офіційним співробітником, а можете бути близькою людиною.

Спеціалісти склали список, на перший погляд, невинних фраз секретарів, які викликають негативні емоції у їхніх керівників: «Я думала, що цим займається хтось інший» (для керівника ця фраза означає, що секретар робить тільки те, що йому доручають), « Чесно кажучи…» (складається враження, що секретар до цього моменту говорив керівнику неправду), «Цього мені ніхто не говорив» (цей вираз характерний для секретарів, які не хочуть проявляти ініціативи). Розумні, з досвідом секретарі завжди знаходять спільну мову з керівником і ніколи завчасно не панікують, коли стикаються з новою і складною проблемою. Вони не кажуть, що з цим незнайомі, чи це їм не під силу. Замість того відповідають: «З цією справою доведеться розібратися» або «Тут необхідно подумати». Якщо секретар збирається працювати довго і думає про кар'єру і успіх, йому потрібно виробити в собі до будь-якої справи оптимістичний підхід.

Секретар повинен повсякчас пам'ятати, особливо за відсутності шефа, коли частина повноважень переходить до нього, що він є всього лиш посередником між керівником і співробітниками, тому весь час зобов'язаний перебувати ніби «в тіні» свого керівника. Секретарі, що хворіють « зірковою хворобою», як правило, довго не затримуються на посаді.

Оскільки більшість керівників – чоловіки, секретарю необхідно враховувати особливості ділового спілкування, чоловічої психології. Будь-який керівник зорієнтований на конкретну мету розмови, а тому не терпить невизначеності в розмові, « пустої балаканини», жінки ж часто-густо мету розмови висловлюють двозначно, розпливчасто. Справа в тому, що коли чоловік, як правило, зорієнтований на конкретний результат розмови, то жінка – на сам процес спілкування. Успішний секретар повинен навчитись коротко, по-суті, висловлювати свої думки, мету розмови.

Великі проблеми можуть виникнути в роботі секретаря, коли шеф почне виявляти недвозначні знаки уваги. Службові романи, як правило, закінчуються подібно – звільненням секретаря. Залишається образа, зіпсовані стосунки, пошук нової роботи. Щоб цього не сталось, секретарі з досвідом радять завжди в стосунках з керівником тримати « маленький бар'єр», що забезпечує власну незалежність, тільки ділове партнерство.

**3. Ділові подарунки і сувеніри**

Ділові подарунки та сувеніри тепер є важливим атрибутом ділового спілкування. З якою метою їх використовують? По-перше, встановлюються дружні стосунки між сторонами, які обмінюються подарунками та сувенірами; по-друге, якісні сувеніри та подарунки стають своєрідною рекламною акцією, яка дозволяє сподіватися на подальшу співпрацю та вплив на широке коло людей.

Дуже популярним вид рекламної сувенірної продукції, яку використовують саме в ділових подарунках та сувенірах. Найчастіше це: ручки, канцелярське приладдя, калькулятори, запальнички, різноманітні годинники, футляри для СД, аксесуари для офісу, сумки, куртки, футболки тощо.

Фірма, яка вкладає кошти у створення ділових подарунків та сувенірів, залишається у виграші, якщо ця компанія відбувається цілеспрямовано і довгостроково.

Якщо ж створення рекламної продукції у вигляді ділових подарунків та сувенірів здійснюється час від часу, то очікувати напозитивний результат не доводиться.

Не дивлячись на те, що такого типу сувеніри недорогі, вонивиконують додатково роль реклами і утверджують торгову маркутого чи іншого підприємства. Використання назви фірми, її можливостей без зайвого нав'язування, дає змогу гарантувати рекламний ефект від даного рекламного кроку – ділових подарунків та сувенірів.

Важливим завданням у цій справі є вміння подати діловий подарунок, а також знайти ту сферу людей, яким в першу чергу потрібно такі подарунки робити.

Можна витратити багато коштів, роздати безліч сувенірів та подарунків і не отримати позитивного результату. А можна, вклавши відносно невелику суму коштів, але правильно спланувавши рекламну компанію, досягти багато прибуткового рекламного ефекту.

Існує чимало фірм, які займаються не тільки розробкою дизайну, а й проведенням маркетингового дослідження для тих, хто планує займатися рекламними подарунками та сувенірами.

Як правило, сувеніри та подарунки розповсюджують під певну причину, дату, не просто так. Це, як правило, рекламні акції, які афішують по мас-медіа. Це дає змогу зайвий раз нагадати про себе.

Що стосується етики, то тут є декілька моментів, на які потрібно звернути увагу.

По-перше,ділові подарунки та сувеніри не мають бути надто дорогими, оскільки це так чи інакше починає зобов'язувати того, хто отримує цей подарунок. Відбувається « купівля» тієї чи іншої людини.

По-друге,ділові подарунки та сувеніри бажано дарувати таким чином, щоб обидві сторони ніби взаємообмінювалися ними, тоді все відбувається на рівні «я тобі, ти – мені, ніхто нікому нічого не винен».

Самі подарунки мають говорити про те, що людина (фірма), яка дарує їх, робить це від щирого серця, а не з корисливих міркувань. Подарунки мають нести дух фірми (корпорації), бути її своєрідним талісманом, товарним знаком.

Дарування таких подарунків має відбуватися привселюдно, інакше такий вид дарування можна трактувати як « хабар» чи його різновид.

На жаль, в Україні погано розроблена методика дарування ділових подарунків та сувенірів. Але у зв'язку з розвитком маркетингових служб можна сподіватися, що не пройде багато часу, коли для нашої країни це набуде більш культурної форми.

Оскільки подарунки і сувеніри необхідно готувати завчасно, то секретар повинен у своєму блокноті зазначати святкові і ювілейні дати, дні народження керівників фірм (партнерів), впливових співробітників і тримати цю інформацію під контролем.

**4. Конфлікти та шляхи їх вирішення**

Слово «конфлікт»(лат. – зіткнення) означає зіткнення двох або декількох соціальних груп, організацій, осіб і т.д. з метою однієї із сторін реалізувати свої матеріальні або духовні інтереси за рахунок іншої. Це боротьба, де використовуються будь-які засоби, щоб тільки здобути перемогу.

З точки зору прояву конфлікти можна поділити на такі типи:

Об'єктивний.

Це такий конфлікт, який виник на основі об'єктивних причин і вже існує.

Частково об'єктивний.

Це група конфліктів, в основі яких лежать як об'єктивні причини, де об'єктом є боротьба за матеріальні і духовні цінності, так і ілюзорні, об'єктом яких є явища зневаги, неподібності характерів, особиста ненависть тощо.

Суб'єктивний.

Це такий тип конфліктів, які виникають на основі світоглядних, ідеологічних або політичних протиріч, що ненароком чи цілеспрямовано переносяться суб'єктом на об'єкт.

Складний.

Це ситуація, коли конфлікт має декілька об'єктів і є настільки складним, що, на перший погляд, виглядає не вирішуваним. У цьому випадку слід чітко визначити, що було об'єктом першого вибуху конфлікту, і нейтралізувати його, потім переходити до наступного і т.д. Проте коли конфлікт вибухнув одноразово, треба вирішувати його комплексно і робити це слід енергійно і негайно.

Прихований.

Це конфлікт, який має об'єктивну основу, але вона настільки покрита різного роду нашаруваннями, що їх важко, на перший погляд, виявити. Труднощі їх вирішення в тому, що за справжній об'єкт конфлікту можна помилково прийняти одне з його нашарувань. Вирішується одне, а тут вже виникає інше і т.д. Тому приховані конфлікти, стверджують дослідники, на відміну від інших типів, « розтягнені» в часі і вимагають неймовірно великих зусиль для їх нейтралізації. Складність вирішення прихованого конфлікту ще й у тому, що він буває « роздроблений» на частини, тобто коли його об'єкт знаходиться не тільки в межах даної організації, а й поза нею.

Фальшивий.

Це конфлікт, який майже не має об'єктивних підстав, а єдиною його причиною є психологічна нетерпимість, яка досить часто буває не обґрунтована (» Не можу його переносити і не знаю чого», « Якийсь він такий, ну не такий як усі… І слів не знаходжу…» – ось « аргументи» однієї з конфліктуючих сторін).

Конфлікти бувають економічного, політичного, психологічного, соціально-етичного та іншого характеру. Серед значної кількості цих форм, учені схиляються до того, що основними з них є:

Бойкот.

Це свідомо відкрите ігнорування участі у виробничих процесах, інших формах життєдіяльності організації. Особливістю цієї форми конфлікту є її гострота, наприклад, страйк.

Саботаж.

Це скрита форма конфлікту, мстою якої є нанесення всебічної шкоди інтересам іншої сторони.

Переслідування (травля).

Змістом цієї форми конфлікту є ігнорування досягнень противника, спроби поставити його в незручну ситуацію, довести, що все, що він робить, не варте ніякої уваги тощо. Переслідування, як форма боротьби, часто використовується керівництвом популістської організації. Часті перевірки роботи людини, роздмухування незначних її промахів, помилок і підведення їх до розряду кримінальних порушень, організація « пустоти» навколо людини – ось ті форми і методи, які можуть використовуватись у цій боротьбі.

Вербальна агресія.

У цій формі конфлікту широко використовуються різноманітні звинувачення (часто надумані), приниження, поширення пліток про людину, негативні оцінки її характеру – ось (не весь) арсенал вербальної агресії.

Фізична агресія.

Це форма боротьби, в основі якої лежить насильство (побиття, бійка, вбивство, терористичні замахи, знищення майна, обладнання тощо), з допомогою якого одна сторона (або декілька) хоче досягти перемоги над іншою. Метою фізичної агресії, є знищення людини фізичними методами.

Кожен конфлікт проходить певні фази свого розвитку. Аналізуючи розвиток конфліктів, вчені прийшли до висновку, що вони мають, здебільшого, п'ять фаз.

Фаза 1.

Це період виникнення протиріччя і поява конкуренції між співробітниками організації, об'єктом виникнення чого є різного роду обмежені блага, пільги тощо.

Фаза 2.

Період, коли відбувається усвідомлення протиріч.

Фаза 3.

Персоналізація конфлікту, тобто час формування уявлення про « винуватця», який хоче начебто « відібрати» блага.

Фаза 4.

Продумане, свідоме атакування противника, спроби перешкодити йому отримати перевагу, залучення до боротьби інших співробітників організації, впливових осіб.

Фаза 5.

Поступове згасання конфлікту і перехід його в фазу завершення. На цьому етапі вже є можливість спокійно, не торкаючись рани, визначити спільні інтереси, накреслити шляхи подальшої співпраці.

Шляхи подолання конфліктів.

Які б не були складні психологічні особливості, життєві ситуації і перепони, людина повинна постійно формувати культуру внутрішнього психічного життя, що завжди допомагає успішно долати певні конфліктні ситуації, відповідні життєві перепони, встановлювати тісніші контакти з оточуючими людьми, не говорячи вже про дружні, товариські стосунки з однодумцями. Це потрібно хоча б для того, як говорить народна мудрість, що «*поділене горе – це половина горя, а поділена радість – це подвійна радість».*

Яким же чином можна розумно вирішувати конфлікти, коли вони уже виникли?

По-перше,за будь-яким конфліктом відкрито чи приховане знаходяться інтереси людей, ось чому завжди необхідно з'ясувати, чи є щось спільне в інтересах конфліктуючих, незважаючи на наявність конфліктної ситуації. Необхідно, проаналізувавши, зрозуміти, які існують розбіжності в особистих інтересах сторін стосовно спільного інтересу. Розібратися в суті інтересів партнера і пояснити йому свої бажання, нарешті, обговорити, які можуть бути взаємні спільні кроки, аби можна було разом подолати конфлікт.

По-друге,прагнути такої згоди, яка б могла максимально задовольняти інтереси кожної із сторін, при цьому вести розмови чи переговори без образ, тим більше без ультимативних вимог.

По-третє*,* користуватися максимально об'єктивними і справедливими критеріями, показувати, що не бажаєте ущемити чи заперечити бажання партнера, але тим часом переконати його, що існує межа поступок, за яку не можна відступити, не втративши власної гідності.

Є п'ять основних стилів розв'язання конфлікту, в основу яких покладена система, котру називають методом Томаса-Кілмана, розробленого ще в 1972 р.

Система дозволяє створити для кожної людини свій власний стиль розв'язання конфлікту. Основні стилі поведінки в конфліктній ситуації пов'язані із спільним джерелом будь-якого конфлікту – розбіжністю інтересів двох чи кількох сторін.

Стиль поведінки в конкретному конфлікті визначається тією мірою, якою індивід прагне задовольнити власні інтереси (діючи пасивно чи активно) та інтереси іншої сторони (діючи спільно чи індивідуально).

Кожна людина деякою мірою використовує всі ці стилі, але, звичайно, має пріоритетні. Крім того, деякі стилі можуть бути найефективнішими для розв'язання конфліктів певного типу.

Стиль конкуренції.

Він може бути ефективним тоді, коли керівник наділений певною владою; знає, що його рішення чи підхід у даній ситуації правильний, і має можливість наполягати на них.

Проте це не той стиль, який варто використовувати при особистих стосунках; якщо ви хочете ладити з людьми, то стиль конкуренції викликатиме в них відчуження.

Стиль уникнення.

Його можна використовувати тоді, коли спірна проблема не важлива для вас, коли ви не хочете витрачати сили на її розв'язання або коли відчуваєте, що перебуваєте у безнадійному стані.

Цей стиль також рекомендують у тих випадках, коли ви відчуваєте себе неправим і передчуваєте правоту іншої людини, або коли ця людина наділена більшою владою.

Стиль уникнення може стати придатним у спілкуванні із « тяжкою» людиною і в разі відсутності серйозних підстав далі контактувати з нею.

Цей підхід може бути корисним також тоді, коли прагнете прийняти рішення, але не знаєте, як вчинити, або прийняти це рішення одразу нема потреби. Він годиться також для тих випадків, коли відчуваєте, що для правильного розв'язання конкретної проблеми не володієте достатньою інформацією.

Дехто вважає стиль уникнення « втечею» від проблем і відповідальності, неефективним підходом до розв'язання конфлікту. Насправді ухилення або відстрочка можуть бути цілком придатною і конструктивною реакцією на конфлікт.

Стиль пристосування.

Його можна використати, коли результат справи надзвичайно важливий для іншої людини і не суттєвий для вас.

Цей стиль корисний також і в тих ситуаціях, коли ви не можете отримати верх, оскільки інша людина наділена більшою владою; таким чином ви ідете на поступки і погоджується з тим, чого хоче опонент.

Якщо відчуваєте, що поступаєтесь у чомусь важливому для себе і відчуваєте в зв'язку з цим невдоволеність, то стиль пристосування у цьому випадку неприйнятний.

Він може виявитися непридатним і в тій ситуації, коли відчуваєте, що інша людина не збирається, в свою чергу, поступатися чимось або коли ця людина не оцінить зробленого вами.

Цей стиль необхідно використовувати тоді, коли ви відчуваєте, що, трохи поступившись, можете вдатися до цієї стратегії, якщо на даний момент потрібно пом'якшити ситуацію, а надалі повернетесь до цього питання і зможете відстояти свою позицію.

Стиль пристосування дещо нагадує стиль уникнення, оскільки його можна використати для отримання відстрочки у вирішенні проблеми. Проте основна відмінність полягає в тому, що ви дієте разом з іншою людиною; погоджуєтесь робити те, чого хоче інший. Коли ж застосовуєте стиль уникнення, ви не робите нічого для задоволення інтересів іншої людини, а просто відштовхуєте від себе проблему.

Стиль співробітництвавимагає певних зусиль.

Обидві сторони повинні затратити на це час, повинні вміти пояснити свої бажання, висловити свої потреби, вислухати один одного, а потім виробити альтернативні варіанти розв'язання проблеми. Відсутність хоча б одного з цих елементів робить такий підхід неефективним.

Стиль співробітництва серед інших стилів є найважчим, зате він допомагає знайти рішення, яке найбільше задовольняє обидві сторони в складних конфліктних ситуаціях.

Стиль компромісу.

Компроміс досягається на більш поверховому рівні відносно співробітництва; індивід поступається у чомусь, інша людина теж у чомусь поступається, і в результаті сторони зможуть дійти згоди.

Стиль компромісу найефективніший у тих випадках, коли обидві сторони мають однакові бажання, вимоги, але знають, що тим часом це є для них нездійсненним.

Виходячи із важливості проблеми, можна обрати стратегію поведінки в конфліктній ситуації:

– знайти спосіб уникнення конфлікту;

– розробити компромісне рішення;

– заспокоїтися і змиритися з тим, що хоче робити партнер;

– зачекати, щоб знайти підходяще вирішення;

– продовжувати робити те, що робите, поки не знайдеться спосіб підвищити комфортність іншої людини в цій ситуації [10, с. 262–274].

**Висновки**

У процесі виконання контрольної роботи було розглянуті такі питання:

– поняття корпоративної культури;

– ділова етика секретаря;

– етика керівника і підлеглого;

– ділові подарунки і сувеніри;

– конфлікти та шляхи їх вирішення.

Актуальність даної теми велика, т.я. кожна фірма має свій стиль роботи, тому і свою культуру. На кожному підприємстві можуть виникнути конфліктні ситуації, які треба мати уникнути.

На основі вивченого матеріалу ми дізналися про ділові подарунки і сувеніри, та етикет їх вручення.

Важливою темою роботи є ділова етика секретаря – «обличчя фірми».

**Література**

1. Блощииська В.А. Сучасне діло ведення Навч. посібник. – Івано-Франківськ: Інститут менеджменту та економіки, 2000. -270 с.

2. Вербіщька Т. С, Чіішікова В.П. Секретарська справа та сучасне справочинство. – Львів: Оріяна – Нова, 2001. – 392 с.

3. Гордієнко. К.Д. Діловодство в роботі секретаря. Практичний посібник. – К.: КНТ, 2006. – 280 с.

4. Задорожный Э. М, Задорожный С.Э. Работа секретаря-референта в иностранных и совместных фирмах: Практическое пособие секретарю, предпринимателю, менеджеру. – К., 1994. -176 с.

5. Кондратюкова Л.К., Ткачева Л.Б., Акулина Т.В. Аннотирование и реферирование английской научно-технической литературы: Учебное пособие. – Омск: Изд-во Ом. ГТУ, 2001. – 184 с.

6. Кульицький С.П. Основи організації інформаційної діяльності у сфері управління: Навчальний посібник. – К.: МАУП, 2002. -224 с.

7. Кушнаренко Н.Н. Документоведение: Учебник. – К.: Знання, 2003. -459 с.

8. Ораторське мистецтво: Навчальний посібник для студентів вищ. навч. закл. юрид. спец. 2-ге вид. / Н.П. Осипова, В.Д. Воднік, Г.П. Клімова та ін. За ред. професора Н.П. Осипової. – Х.: Одісей, 2006. – 144 с.

9. Палеха Ю. І. Іміджологія: Навчальний посібник / За заг. ред. 3.І. Тимошенко. – К.: Вид-во Європейського ун-ту, 2005. – 324 с.

10. Палеха Ю. І. Ключі до успіху, або Організаційна та управлінська культури: Навчальний посібник. – 2-гс вид., доп. – К.: Вид-во Європейського ун-ту, 2002. – 337 с.

11. Палеха Юрій. Управлінське документування: Навчальний посібник: У 2 ч. 3-тє вид., доп. – К.: Вид-во Європейського ун-ту. 2003.

12. Слободянюк Н.Ю. Діловодство та управлінська документація: Навчальний посібник. – Вінниця: ВНТУ, 2004. – 80 с.

13. Сорока М.Б. Національна система реферування української наукової літератури / НАН України. Національна бібліотека України імені В. І. Вернадського. – К.: НБУВ, 2002. – 209 с.

14. Стенюков М.Б. Секретарское дело. – М.: Приор, 1996. -192 с.

15. Шевчук С.В. Українське ділове мовлення: Підручник. Вид. 2-ге, доп. і переробл. – К.: Атіка, 2004. – 592 с.

16. Шейнов В.П. Секретар: секреты профессии. – М.: Ось – 89, 2005 – 208 с.

17. Шепель В.М. Имиджеология: Секреты личного обаяния. – 2-е изд. перераб. и доп. – М.: Культура и спорт; ЮНИТИ, 1997. – 382 с.

18. Варенко В.М. Референтна справа. Навч. посібник – К., Кондор, 2008–212 с.