Федеральное агентство по образованию

Филиал Санкт-Петербургского государственного инженерно-

Экономического университета в городе Череповце

**Контрольная работа**

**По дисциплине: «Профессиональная этика и этикет»**

**Тема: «Служебная этика. Визитная карточка»**

Преподаватель Кудрявцева И. А.

Студента группы ФКС-09

Соломатин А.В.

г. Череповец

2010г.

Содержание

1. Понятие «служебная этика»
2. Нормы и требования служебной этики
3. Визитная карточка. Виды визитных карточек
4. Формы и содержание визиток
5. Правила обмена визитками
6. **Понятие «служебная этика»**

**Служебная этика — совокупность определенных нравственных обязанностей, принципов и норм поведения, которые реализуются во взаимоотношениях работников в процессе трудовой деятельности. Она призвана объяснять мораль, прививать моральные принципы и правила долга, чести, морально воспитывать человека. Служебная этика - это конкретная реализация нравственных норм человека о его поведении, взаимоотношениях, деятельности. Ее сущность и содержание вытекают и базируются на марксистско-ленинской этике. Поэтому служебная этика руководителей и специалистов представляет собой практическую мораль кадров управления.**

**Служебная этика заведующих фермами, бригадиров, специалистов предопределяется марксистско-ленинской этикой, знанием особенностей психологии работников. Ее основа — добросовестный труд, умножение общественного достояния, высокое сознание общественного долга, коллективизм и товарищеская взаимопомощь, гуманное отношение и взаимное уважение между людьми, честность, гласность, демократизм деятельности, нравственная чистота, скромность, непримиримость к несправедливости, тунеядству, взяточничеству, бюрократизму, волоките, карьеризму; дружба и братство всех народов страны.**

**В процессе управленческой деятельности руководители и специалисты должны стараться сделать человека счастливым. Счастье — состояние удовлетворенности в результате реализации высоких общественно значимых целей и смысла жизни.**

**Этические отношения должны учитывать и темперамент работников, их пол, возраст, квалификацию, нравственно-психологическое состояние.**

**Важнейшие функции службы этики - этическое утверждение и защита демократизации, гласности, хозяйского отношения к делу, предприимчивости, инициативности, авторитета, дерзания, интеллектуального поиска и т. д.**

**Руководители и специалисты должны знать, что их моральный кодекс — эталон для подчиненных, которые им подражают. Управленческие работники, если хотят видеть определенные нравственные качества у подчиненных, то они обязаны сами обладать этими качествами.**

**Форма, манера и культура отдачи распоряжения, проведения организаторской работы, контроля выполнения заданий всегда включает нравственные аспекты деятельности кадров управления. Точность, пунктуальность, единство слова и дела, ответственное отношение к делу выступают сплавом деловых и этических норм.**

**Руководитель и специалисты в нравственном отношении должны быть выше своих подчиненных и требовательнее относиться именно к себе.**

**Один из элементов служебной этики — субординационные отношения. Рабочие и колхозники обязаны подчиняться заведующему фермой,бригадиру, которые, в свою очередь, подчиняются управляющему (начальнику цеха), а последние - руководителю хозяйства. Поэтому при взаимоотношении необходимо учитывать, что тот или другой работник — начальник и подчиненный. Данное положение не должно идти вразрез с моралью, нравственностью человека. В отношениях необходима корректность, должны соблюдаться правила и рамки приличия. При этом не должен страдать авторитет руководителя к подчинёному.**

**В процессе управления у руководителя как у начальника не должны доминировать чувства симпатии или антипатии, превышаться власть и т. д. Недопустимо возникновение чувства панибратства. В процессе трудовой деятельности должны преобладать чувства социального равенства, взаимопомощи и сотрудничества.**

**В практической деятельности служебная этика реализуется с помощью форм, методов, приемов, правил, установленных процедур. Все это, а также психологическое, эстетическое и профессиональное обеспечение служебной этики образуют служебный этикет.**

**Служебный этикет — это формы и методы этических и этико-психологических взаимоотношений в процессе трудовой деятельности. Служебная этика — это содержание взаимоотношений, а служебный этикет - их внешняя форма реализации. В первом случае выражается нравственная сторона деятельности, а во втором - эстетическая. Служебная этика — "душа" служебного этикета.**

**В реальной жизни, управленческой деятельности они должны находиться в гармонии, обеспечивая высоконравственные взаимоотношения в процессе управления коллективом. Высоконравственная атмосфера в трудовых коллективах, работающих на аренде и арендном подряде, определяется единством целей, нравственностью трудовых стремлений, высоким уровнем комфортности социально-психологического климата и т. д.**

**Уровень этических свойств кадров управления, эффективное использование его в обращении с подчиненными способствуют реализации человеческого фактора.**

**2 Нормы и требования служебной этики**

**Служебная этика – самое широкое понятие в сфере профессиональной этики. Под служебной этикой понимают совокупность наиболее общих норм, правил и принципов поведения человека в сфере его профессиональной, производственной и служебной деятельности. Эти нормы должен соблюдать каждый человек, начавший работать. Количество этих норм невелико. Подавляющая часть их формулируется в предельно общем виде, с тем, чтобы быть детализированными применительно к конкретным видам деятельности. Требования служебной этики:**

1. **Дисциплинированность. Конкретизация этого понятия происходит в зависимости от специфики и содержания труда. Например, в животноводстве понятие дисциплинированности будет определяться жизненными циклами тех животных, за которыми ухаживают.**
2. **Сбережение материальных ресурсов, предоставляемых работнику для осуществления производственной деятельности. Эти ресурсы могут быть самыми разными. Необходимость восполнять утраченные ресурсы тяжким грузом ложится на прибыль и себестоимость продукции, отсюда требование сводить потери к минимуму. В эту норму входит сбережение тепла, зданий, техники, материалов и т.д.**
3. **Корректность межличностных отношений. Человек в сфере своей трудовой деятельности должен вести себя таким образом, чтобы как можно меньше возникало межличностных конфликтов, и чтобы другим людям было комфортно работать рядом с ним при прямом и косвенном межличностном контакте.**

**Все эти требования делятся на две подгруппы. Первая подгруппа: включает в себя требования в межличностных контактах по горизонтали (подчинённый – подчинённый, руководитель-руководитель). Вторая подгруппа: включает в себя требования в межличностных контактах по вертикали (подчинённый - руководитель).Тут главное требование к подчинённому - признание самого права руководителя отдавать распоряжения, что включает функциональные обязанности, принятые на себя человеком по трудовому договору.**

**Подчинённый должен, исходя из этих обязанностей, соответствующим образом строить своё поведение, и не использовать различные формы уклонения от исполнения распоряжений. Уклонение может быть гласным, публичным, с выставлением определённых условий руководителю. Может быть скрытым, принимать характер тайного (с помощью мимики, жестов, отдельных слов) провоцирования руководителя на открытые действия против подчиненного. В этих ситуациях подчинённый для окружения часто может представляться страдающей стороной, а реакция на него руководителя - неадекватной. Одной из причин подобного поведения подчинённых может быть стремление нажить определённый социальный капитал, выглядеть гонимым, приобрести статус неформального лидера, добиться каких либо льгот для себя и т.д.**

**Этика руководителя заключается в необходимости совмещать основные управленческие принципы (сугубо профессиональные) с общечеловеческими нравственными требованиями и предполагает знание основных норм взаимоотношений между людьми, между личностью и группой, коллективом, между коллективами.**

**Служебная этика акцентирует внимание на таких нормах поведения, которые непосредственно относятся к взаимоотношениям людей в процессе реализации управленческих функций.**

**Она подчеркивает особую значимость соблюдения этих норм. Так, служебная этика предписывает руководителю быть объективным и справедливым в отношении всех подчиненных равным в обращении с ними, быть принципиальным в деле, требовательным и вместе с тем терпимым к людям, тактичным, заботиться о создании благоприятного морально-психологического климата в коллективе.**

**3 Визитная карточка. Виды визитных карточек**

**Визитная карточка, деловая, профессиональная или личная, представляет обладателя или сообщает о его непосредственном прибытии. Весьма часто незнакомый человек сначала увидит визитку, а затем только человека, про которого на ней говориться, поэтому важно, чтобы визитки были выверены в каждой детали и создавали благоприятный образ вашей компании и вас самих. Невозможно создать наилучшее впечатление, используя материалы второго сорта.**

**Высшее руководство, понимающее в этом толк, придерживается такого правила для каждого служащего своей компании; в противном случае экономия на них создает плохое мнение о руководителе, имеющем изящные гравированные карточки для себя и дешевые, неряшливо отпечатанные, для своих торговых представителей.**

**Лучший способ проверить, безупречны ли у вас карточки, — спросить совета у опытного торговца канцелярскими принадлежностями, но не плохонькой типографии за углом и не у любого торговца канцелярскими принадлежностями на главной улице, так как для продажи предлагают много карточек дурного качества, хотя они могут выглядеть нарядными и привлекательными.**

**Все визитные карточки следует печатать с клише на картоне хорошего качества. Это общее требование, предъявляемое к деловым, профессиональным и личным визиткам. В остальном различия между этими тремя группами незначительны.**

**В современной практике используется два типа визитных карточек: деловые и личные, каждая из которых имеет свои разновидности.**

**Деловые визитки — это неотъемлемый атрибут современного официального общения. Существуют определенные стандарты для размещения текста на таких карточках.**

**Представим классический вариант: наверху по центру — название компании (организации, учреждения), в которой работает владелец визитной карточки, ниже по центру — фамилия, имя и отчество, еще ниже — занимаемая должность, а также звание и ученая степень. В левом нижнем углу печатается адрес учреждения, в котором работает владелец карточки. Остальные сведения — номер служебного телефона, факса, адрес электронной почты, адрес web-сайта компании - размещаются в правом нижнем углу (обычно каждый элемент в отдельной строке). В пользу размещения номера телефона в правом углу говорит, в частности, следующее соображение: при наборе номера обычно визитку держат левой рукой, и если номер напечатан слева, то держать карточку становится неудобно. В тоже время для "уравновешивания" размещения элементов на поверхности визитной карточки допускается часть сведений располагать также в левом нижнем углу.**

**Также для важного должностного лица, президента компании, владельца предприятия допускается указывать свое имя выше всех остальных сведений.**

**На визитки государственных чиновников наносят государственный герб и флаг. Не соответствует нормам этикета деловая карточка без официального адреса (исключение составляют дипломаты и высшие государственные должностные лица). В случае, если организация имеет несколько филиалов, на деловых визитках ее представителей могут быть указаны домашний адрес и телефон, при необходимости, его вписывают от руки, это даже создает некоторую доверительность в общении. При смене номера допускается, зачеркнув старый, аккуратно вписать новый, а вот проводить такие операции с адресом или должностью не стоит.**

**Существует две разновидности деловых карточек: представительская и карточка компании. На представительской указывают имя, фамилию, должность и полное название организации без каких-либо координат. Используют их для специальных и представительских целей. Кстати, визитки бывают вообще без указания должности: такие вручаются только дамам.**

**В карточку компании, наоборот, включается полная информация о наименовании и месторасположении организации, а также номера телефонов и адрес электронной почты. Применяются они на презентациях, выставках, при вручении подарков, поздравлений от фирмы и т. п.**

**Второй тип визиток — личные. Они могут содержать имя и фамилию владельца, а также любую дополнительную информацию, которую человек хочет туда внести (адрес фирмы, номера телефонов, адрес персонального сайта, электронной почты, звание или ученую степень). Разновидностью личной карточки является семейная визитная карточка или карточка супругов. Она используется при знакомстве, рассылке поздравлений друзьям семьи или прилагается к подаркам. Необходимо помнить, что имя жены на таких карточках ставится перед именем мужа, адрес указывается по желанию. Как ни странно, но детские визитные карточки тоже существуют. При их оформлении можно несколько отойти от жестких норм взрослого мира и создать что-то индивидуальное и интересное. Конечно, такого рода визитки не часто востребованы в деловых кругах, но иногда они могут оказаться весьма кстати. Например, если ребенок заблудился в супермаркете или уехал в лагерь отдыха, номер мобильного телефона родителей, внесенный в карточку, будет всегда с ним, а при необходимости, воспитатели смогут им воспользоваться.**

**Для научных и творческих работников, часто работающих дома, была создана комбинированная визитная карточка, в которой наряду со служебными (в левом нижнем углу) указываются и домашние координаты (в правом нижнем углу). Правда, женщины чаще всего ограничиваются только служебным номером телефона. При проведении больших мероприятий - конференций, презентаций, выставок, фестивалей, их организаторы заказывают большие визитные карточки - бейджи с указанием имени, отчества, фамилии, ученого звания, должности, названия компании, учебного заведения или научного центра, которые представляет данный участник. Бейджи прикалывают на левой стороне груди и носят исключительно в здании, где проходит мероприятие. Пожалуй, бейдж - единственная визитка, на которой иногда уместно размещение фотографии человека рядом с его именем, на остальных карточках такой объект размещать не следует.**

**Современному человеку помимо деловых необходимо иметь и светские визитные карточки. Во-первых, считается дурным тоном использовать деловые визитки в светской жизни, а во-вторых, - такое разграничение позволит вам без лишних эмоциональных затрат либо подчеркнуть официальность отношений, либо выразить свое особое дружеское расположение.**

**На светских визитках допустимо указывать сведения о профессии, почетных и ученых званиях. Светскую визитку можно отправить в качестве приглашения на неофициальный прием или как сопровождение чека врачу, нотариусу. Особым шиком считаются визитки на пергаментной бумаге, заказанные у каллиграфа.**

**Такие эксклюзивные визитки должен иметь каждый мужчина, считающий себя джентльменом, дабы отправить их дамам с цветами или подарком.**

**Однако в компании "Кодак" и многих других филиалах иностранных корпораций сотрудники заказывают визитки именно с фотографиями. Многие консультанты, менеджеры по продвижению товаров и услуг заказывают такие визитки, потому что они позволяют лучше вспомнить их владельцев и приглашают к дальнейшему общению. Но если вы хотите заявить о своей значимости, лучше всего не только не делать визитки с фотопортретом, но и не применять много цветов. Два цвета (черный + любой другой) - вполне достаточно. Пестрые карточки делают только те работники, которые используют их в качестве рекламы своего салона, магазина, клуба. Цветные визитки с рисунками подходят всем дизайнерам - от модельеров до создателей веб-сайтов. Главное, чтобы визитка подтверждала наличие у ее владельца вкуса и творческих способностей. Цветная бумага для визитки оправдана в том случае, если это деталь корпоративного стиля. Выходит, и для бедных, и для богатых - чем проще, тем лучше.**

**В малютку-визитку современные владельцы стремятся втиснуть как можно больше информации: эмблемы и символы, товарные знаки, фотографии, рисунки гербов и флагов! Но среди этой неразберихи существует особый класс профессионально и художественно сделанных, стильных визитных карточек. Такие визитки становятся произведениями искусства, "графикой сверхмалых форм", а также предметами выставок и различных конкурсов. Изготовители удивляют и материалами, из которых сделаны визитки: пластик, дерево, ткань, кожа, намагниченная резина, алюминиевая фольга, жесть, природная слюда... Стоит заметить, что чаще всего художественно ценными становятся карточки, созданные дизайнерами для себя и о себе (или для своей студии). Сапожник - он может и без сапог. А вот истинный художник просто обязан иметь визитку-"автопортрет".**

**Существуют и светские карточки для особых случаев. Например, это может быть визитка невесты или миниатюрная визитная карточка новорожденного, прикрепленная ленточкой к карточке матери, - очаровательное сообщение родным и друзьям о рождении малыша.**

**4 Формы и содержание визиток**

**Обычная визитная карточка представляет собой прямоугольник из не очень плотного картона размером 50х90 мм, а для женщин (супруги, а не должностного лица)-40х80 мм. Менеджеры высшего звена могут использовать карточки размером 60х90 мм, карточки их жен в этом случае должны быть по длине и ширине на 10 мм меньше. В Великобритании, наоборот, размеры визитных карточек жен на 10 мм больше, чем их спутников жизни (50 х 100 мм ). Визитная карточка молодой девушки может быть еще меньше, как правило, 70х35 мм. Следует помнить о том, чтобы ваша карточка имела стандартный размер для Вашего круга общения, и ее не пришлось подгибать или подрезать.**

**Желательно, чтобы визитная карточка имела темный текст на светлом фоне. Стиль оформления должен быть строгим, без рамок и завитушек. Нормы делового этикета не рекомендуют использовать в качестве материала для изготовления пластмассу или кожу. Лучше сосредоточится на качестве бумаги. Она должна быть отменного качества, может быть слегка тонирована. На бумаге нельзя экономить. Карточки, которые имеют глянцевую поверхность, изготовлены из пластика или ламинированной бумаги, не приемлемы, т.к. на них невозможно делать какие-либо записи. Нормы европейского делового этикета предполагают использование розового, голубого, белого фона и текста темно-коричневого, синего и черного цветов**

**Шрифт визитных карточек нормами делового этикета строго не регламентируется и зависит от национальных особенностей. Он просто должен быть удобно читаемым. Следует отметить, что при использовании декоративных шрифтов, очень легко перейти границу хорошего тона. Имя и фамилию принято выделять легко читаемым полужирным шрифтом немного большего размера, чем основное содержание визитки. Кроме того, уже существуют специальные аппараты-сканеры, которые считывают информацию с визитки, что позволяет формировать электронную базу необходимых визиток.**

**Немного о психологии восприятия. Уже давно известны результаты многочисленных психологических опытов по исследованию особенностей восприятия печатной информации человеческим глазом. Доказано, что наш глаз начинает изучение листа бумаги с печатными знаками, фотографиями или просто картинками с верхнего левого угла, по диагонали спускается в правый нижний угол, а затем скользит снова вверх, задерживаясь в середине только в том случае, если там есть привлекающие внимание детали.**

**Подобное свойство человеческого восприятия неизменно, и потому лучше все-таки учитывать его при выборе расположения печатных элементов на визитке.**

**Верхний левый угол оптимален для размещения логотипа. Середина визитки - зона, которую глаз проскакивает быстрее всего, поэтому информация здесь должна быть каким-то образом выделена - либо большим шрифтом, либо цветом. Стандартное расположение адреса и телефонов внизу и в середине допустимо, но можно сместить данный блок в правый нижний угол. Тогда визитка получается более сбалансированной для восприятия.**

**В нашей стране и некоторых двуязычных странах сложилась практика печатания двухсторонних карточек с текстом на иностранном языке на обороте. Но если придерживаться строгих протокольных норм, это не совсем верно, так как оборотная сторона карточки предназначена для дополнительных записей.**

**5 Правила обмена визитками**

**Одним из основных этапов знакомства с потенциальными партнерами или клиентами является процесс вручения и принятия визиток. От того, как он пройдет, может зависеть первое впечатление, которое сложится у людей друг о друге.**

**Вручение визитной карточки производится как лично при первой встрече, знакомстве или начале деловых переговоров, так и заочно. При знакомстве первым визитную карточку вручает тот, чей ранг и должность ниже. Затем идет градация по возрасту. А если и возраст собеседников совпадает, то активность может проявить более вежливый или заинтересованный собеседник. При деловой встрече с иностранными партнерами первыми визитные карточки вручают хозяева. Посетитель в компании, учреждении может предъявить свою визитную карточку секретарю для доклада о себе, особенно в случае незаявленного ранее визита.**

**Передавать визитную карточку партнеру полагается стоя, повернув ее так, чтобы тот мог сразу прочитать напечатанный на ней текст. Одновременно следует вслух произнести свою фамилию, чтобы собеседник мог более или менее усвоить произношение имени владельца карточки.**

**Получать визитку следует правой рукой, а затем, взяв в обе руки, в знак уважения внимательно ее прочесть, произнеся вслух имя, фамилию и должность визави. В ответ на протянутую визитную карточку необходимо подать свою. Если же в силу каких-либо причин вы не можете этого сделать, нужно извиниться, объяснив причину, и пообещать прислать ее при первой же возможности.**

**Во время переговоров полученные визитные карточки желательно разложить перед собой, чтобы случайно не забыть, не перепутать, не исказить имя или должность собеседника. Лучше рассортировать их в порядке расположения партнеров за столом во время деловой встречи. Не рекомендуется мять чужие визитки, делать на них пометки, вертеть их на глазах у хозяина, так как это может восприниматься как знак неуважения. Визитные карточки никогда не следует подписывать и проставлять на них дату.**

**Если возникает необходимость передачи визитки через третье лицо или по почте, ее нужно вложить в специальный конверт, на котором пишется имя, фамилия и должность адресата. Если карточки, адресуемые нескольким лицам, посылаются в компанию в одном конверте, то в левом верхнем углу каждой из них необходимо написать фамилию лица, которому она адресована. В одном конверте на имя одного лица могут быть посланы карточки разных людей. Если визитка передается в конверте, то она помечается специальными международными символами. В случае, когда визитка завозится лично адресату, то загибается один из углов карточки, в зависимости от местной практики. В нашей стране принято загибать, а затем расправлять правый верхний угол карточки или ее правую сторону по всей ширине.**

**Несомненно, визитные карточки играют большую роль в создании круга делового общения, но когда их накапливается очень много, возникает вопрос, где и как их хранить, чтобы не "заблудиться" в огромном количестве визиток, полученных в процессе работы. Лучше всего рассортировать их по какому-либо признаку. Это может быть сфера деятельности или название компании, фамилия (в алфавитном порядке), также возможна любая другая удобная для конкретного человека система. А чтобы визиточная база данных не была разбросана по ящикам стола, карманам пиджака и не растерялась, ее желательно скомпоновать в визиточницу.**