**Курсовая работа**

**Основные правила делового этикета**

**Содержание**

Введение

1. Общие сведения об этической культуре

2. Деловой этикет

3. Внешний облик человека

4. Культура телефонного общения

5. Деловая беседа

6. Деловая переписка

7. Визитная карточка в деловой жизни

8. Деловой протокол

Заключение

Литература

# **Введение**

Кто же создал правила человеческого поведения? Почему одно поведение одобряется обществом, а другое — осуждается? На эти вопросы отвечает этика. Этика — это одна из древнейших отраслей философии, наука о морали (нравственности).

Мораль дает человеку возможность оценить поступки окружающих, понять и осмыслить, правильно ли он живет и к чему надо стремиться. Человек может сделать общение эффективным, достичь определенных целей, если он правильно понимает моральные нормы и опирается на них в деловых отношениях. Одно из первых в истории правил нравственности формулируется так: «поступай по отношению к другим так, как бы ты хотел бы, чтобы они поступали по отношению к тебе. Человек становится человеком только тогда, когда он утверждает человеческое в других людях. Если же он не учитывает моральные нормы в общении или искажает их содержание, то общение становится невозможным или вызывает трудности.

Мораль учит нас делать каждое дело так, чтобы от этого не было плохо людям, которые находятся рядом.

Актуальность данной темы не вызывает сомнения, в связи с отсутствием в современной России государственной идеологии.

Цель данной работы - изучить деловой этикет.

Цель работы будет достигнута через раскрытие следующих задач:

- общие сведения об этической культуре

- деловой этикет

- внешний облик человека

- культура телефонного общения

- деловая беседа

- деловая переписка

- визитная карточка в деловой жизни

- деловой протокол

В работе были использованы работы авторов: Алехина «Имидж и этикет делового человека»; Гусейнов А. А.. Ирлиц Г. «Краткая история этики»; Ботавина Р.Н. «Этика деловых отношений», Ковальчук А.С. «Основы имиджеологии и делового общения» и др

Работа состоит из введения, основной части, заключения, списка литературы.

**1. Общие сведения об этической культуре**

Как известно, человек в течение жизни вступает в деловые отношения с другими людьми. Одним из регуляторов этих отношений является мораль, в которой выражены наши представления о добре и зле, о справедливости и несправедливости. Мораль дает человеку возможность оценить поступки окружающих, понять и осмыслить, правильно ли он живет и к чему надо стремиться. Человек может сделать общение эффективным, достичь определенных целей, если он правильно понимает моральные нормы и опирается на них в деловых отношениях. Если же он не учитывает моральные нормы в общении или искажает их содержание, то общение становится невозможным или вызывает трудности.

Кто же создал правила человеческого поведения? Почему одно поведение одобряется обществом, а другое — осуждается? На эти вопросы отвечает этика.

Этика — это одна из древнейших отраслей философии, наука о морали (нравственности). Термин «этика» происходит от греческого слова «ethos» («этос») — обычай, нрав. Термин «этика» был введен Аристотелем (384—322 гг. до н.э.) для обозначения учения о нравственности, причем этика считалась «практической философией», которая должна дать ответ на вопрос: «Что мы должны делать, чтобы совершать правильные, нравственные поступки?»

Первоначально термины «этика» и «мораль» совпадали. Но позже, с развитием науки и общественного сознания, за ними закрепилось различное содержание.

Мораль (от лат. moralis — нравственный) — это система этических ценностей, которые признаются человеком. Она регулирует поведение человека во всех сферах общественной жизни — в труде, в быту, в личных, семейных и международных отношениях.

Важнейшими категориями этики являются: «добро», «зло», «ответственность», «справедливость», «долг».

«Добро» и «зло» — показатели нравственного поведения, именно через их призму происходит оценка поступков человека, всей его деятельности. Этика рассматривает «добро» как объективное моральное значение поступка. Оно объединяет совокупность положительных норм и требований нравственности и выступает как идеал, образец для подражания. «Добро» может выступать как добродетель, т.е. являться моральным качеством личности. «Добру» противостоит «зло», между этими категориями с основания мира идет борьба. Часто мораль отождествляется с добром, с положительным поведением, а зло рассматривается как аморальность и безнравственность. Добро и зло — противоположности, которые не могут существовать друг без друга, как свет не может существовать без тьмы, верх без низа, день без ночи, но они тем не менее не равнозначны.

Действовать в соответствии с моралью — значит выбирать между добром и злом. Человек стремится построить свою жизнь таким образом, чтобы уменьшить зло и умножить добро. Другие важнейшие категории морали — долг и ответственность — не могут быть правильно поняты и тем более не могут стать важными принципами в поведении человека, если он не осознал сложность и трудность борьбы за добро.

Нормы морали получают свое идейное выражение в заповедях и принципах о том, как должно себя вести. Одно из первых в истории правил нравственности формулируется так: «поступай по отношению к другим так, как бы ты хотел бы, чтобы они поступали по отношению к тебе». Это правило появилось в VI—V вв. до н. э. одновременно и независимо друг от друга в различных культурных регионах -— Вавилоне, Китае, Индии, Европе. Впоследствии оно стало именоваться «золотым», так как ему придавалось большое значение. В наши дни оно также остается актуальным, и всегда надо помнить, что человек становится человеком только тогда, когда он утверждает человеческое в других людях. Потребность относиться к другим, как к самому себе, возвышать себя через возвышение других и составляет основу морали и нравственности.

В Евангелии от Матфея сказано: «Итак, во всем как хотите, чтобы с вами поступали люди, так и поступайте вы с ними» (гл. 7 ст.12).

Нравственная жизнь человека и общества разделяется на два уровня: с одной стороны, то, что есть: сущее, нравы, фактическое повседневное поведение; с другой стороны, то, что должно быть: должное, идеальный образец поведения.

Нередко в деловых отношениях мы сталкиваемся с противоречиями между сущим и должным. С одной стороны, человек стремится вести себя нравственно, как говорят, должным образом, с другой — желает удовлетворить свои потребности, реализация которых часто связана с нарушением нравственных норм. Эта борьба между идеальным и практическим расчетом создает конфликт внутри человека, который острее всего проявляется в этике деловых отношений, в деловом общении. Поскольку этика делового общения является частным случаем этики вообще и содержит в себе ее основные характеристики, то под этикой делового общения понимается совокупность нравственных норм и правил, регулирующих поведение и отношения людей в профессиональной деятельности. Поэтому при изучении курса «Деловая культура и психология общения» мы будем говорить о том, как должно поступать в деловых отношениях, для того чтобы вы об этом знали, постарались принять и действовали соответственно.

Нормы и правила поведения, действующие в обществе, предписывают человеку служить обществу, согласовывать личные и общественные интересы. Моральные нормы опираются на традиции и обычаи, а мораль учит нас делать каждое дело так, чтобы от этого не было плохо людям, которые находятся рядом.

Одним из основных элементов культуры делового общения является нравственное поведение людей. Оно опирается на общечеловеческие моральные принципы и нормы — уважение человеческого достоинства, честь, благородство, совесть, чувство долга и другие.

Совесть — это моральное осознание человеком своих действий, благодаря чему мы контролируем свои поступки и даем оценку своим действиям. Совесть самым тесным образом связана с долгом. Долг — это осознание добросовестного исполнения своих обязанностей (гражданских и служебных). Например, при нарушении долга, благодаря совести, человек несет ответственность не только перед другими, но и перед собой.

Для морального облика человека огромное значение имеет честь, которая выражается в признании моральных заслуг человека, в репутации. Честь офицера, честь бизнесмена, рыцарская честь — именно она требует от человека поддерживать репутацию социальной или профессиональной группы, к которой он принадлежит. Честь обязывает человека добросовестно трудиться, быть правдивым, справедливым, признавать свои ошибки, быть требовательным к себе.

Достоинство выражается в самоуважении, в осознании значимости своей личности; оно не позволяет человеку унижаться, льстить и угодничать ради своей выгоды. Однако чрезмерное чувство собственного достоинства не очень украшает человека. Способность личности быть сдержанной в обнаружении своих достоинств называется скромностью. Человеку, который чего-то стоит, нет нужды выставлять напоказ свои достоинства, набивать себе цену, внушать окружающим представление о собственной незаменимости.

Неотъемлемой частью культуры делового общения является благородство. Благородный человек верен своему слову, если даже оно дано врагу. Он не позволит грубость по отношению к малоприятным для него людям, не будет злословить о них в их отсутствии. Благородство не требует огласки и благодарности за помощь и сочувствие.

**2. Деловой этикет**

Приличие — это наименее важный из всех законов общества и наиболее чтимый. Ф.Ларошфуко (1613-1680), французский писатель-моралист

В начале XVIII века Петр Великий издал указ, согласно которому подлежал наказанию каждый, кто вел себя «в нарушение этикету».

Этикет — слово французского происхождения, означающее манеру поведения. Родиной этикета считается Италия. Этикет предписывает нормы поведения на улице, в общественном транспорте, в гостях, в театре, на деловых и дипломатических приемах, на работе и т.д.

К сожалению, в жизни мы нередко сталкиваемся с грубостью и резкостью, неуважением к личности другого. Причина в том, что мы недооцениваем значение культуры поведения человека, его манер.

Манеры — это способ держать себя, внешняя форма поведения, обращение с другими людьми, а также тон, интонации и выражения, употребляемые в речи. Кроме того, это жесты, походка, мимика, характерные для человека.

Хорошими манерами считаются скромность и сдержанность человека в проявлении своих поступков, умение контролировать свое поведение, внимательно и тактично обращаться с другими людьми. Дурными манерами считаются; привычка громко говорить и смеяться; развязность в поведении; употребление нецензурных выражений; грубость; неряшливость внешнего вида; проявление недоброжелательности к окружающим; неумение сдерживать свое раздражение; бестактность. Манеры относятся к культуре поведения человека и регулируются этикетом, а подлинная культура поведения — там, где поступки человека во всех ситуациях основаны на нравственных принципах.

Еще в 1936 г. Дейл Карнеги писал, что успехи того или иного человека в его финансовых делах процентов на 15 зависят от его профессиональных знаний и процентов на 85 -- от его умения общаться с людьми.

Деловой этикет — это свод правил поведения в деловых, служебных отношениях. Он является важнейшей стороной морали профессионального поведения делового человека.

Хотя этикет и предполагает установление лишь внешних форм поведения, но без внутренней культуры, без соблюдения этических норм не могут сложиться настоящие деловые отношения. Джен Ягер в своей книге «Деловой этикет» отмечает, что каждая проблема, связанная с этикетом, начиная от хвастовства и кончая обменом подарками, должна решаться в свете этических норм. Деловой этикет предписывает соблюдение правил культурного поведения, уважительного отношения к человеку.

Джен Ягер сформулировала шесть основных заповедей делового этикета.

1. Делайте все вовремя. Опоздания не только мешают работе, но и являются первым признаком того, что на человека нельзя положиться. Принцип «вовремя» распространяется на отчеты и любые другие поручаемые вам задания.

2. Не болтайте лишнего. Смысл этого принципа в том, что вы обязаны хранить секреты учреждения или конкретной сделки так же бережно, как и тайны личного характера. Никогда никому не пересказывайте того, что вам приходится иногда услышать от сослуживца, руководителя или подчиненного об их личной жизни.

3. Будьте любезны, доброжелательны и приветливы. Ваши клиенты, заказчики, покупатели, сослуживцы или подчиненные могут сколько угодно придираться к вам, это неважно: все равно вы обязаны вести себя вежливо, приветливо и доброжелательно.

4. Думайте о других, а не только о себе. Внимание должно проявляться не только в отношении клиентов или покупателей, оно распространяется на сослуживцев, начальство и подчиненных. Всегда прислушивайтесь к критике и советам коллег, начальства и подчиненных. Не начинайте сразу огрызаться, когда кто-то ставит под сомнение качество вашей работы, покажите, что цените соображения и опыт других людей. Уверенность в себе не должна мешать вам быть скромным.

5. Одевайтесь, как положено.

6. Говорите и пишите хорошим языком1.

Этикет выражается в самых разных сторонах нашего поведения. Например, этикетное значение могут иметь разнообразные движения человека, позы, которые он принимает. Сравните вежливое положение лицом к собеседнику и невежливое — спиной к нему. Такой этикет называется невербальный (т.е. бессловесный). Однако самую важную роль в этикетном выражении отношений к людям играет речь — это словесный этикет.

Персидский писатель и мыслитель Саади (между 1203 и 1210— 1292) сказал: «Умен ты или глуп, велик ты или мал, не знаем мы, пока ты слова не сказал». Сказанное слово, будто индикатор, покажет уровень культуры человека. И.Ильф и Е.Петров в романе «Двенадцать стульев» высмеяли жалкий набор слов из лексикона Эллочки-«людоедки». А ведь Эллочка и ей подобные встречаются нередко и разговаривают они на жаргоне. Жаргон — это «испорченный язык», цель которого обособить какую-то группу людей от остальной части общества. Важнейшей стороной речевого этикета является недопустимость жаргонных слов и нецензурной лексики.

Заметное место в деловом этикете занимают слова приветствия, благодарности, обращения, извинения. Продавец обратился к покупателю на «ты», кто-то не поблагодарил за услугу, не извинился за проступок -~ такое неисполнение норм речевого этикета оборачивается обидой, а порой и конфликтами.

Специалисты по деловому этикету большое значение придают обращению, ведь от того, как мы обращаемся к человеку, зависит форма дальнейшего общения. Бытовой русский язык не выработал универсального обращения, как, например, в Польше — «пан», «пани», поэтому при

1Ягер Дж. Деловой этикет. Как выжить и преуспеть в мире бизнеса: Пер. с англ. - М., 1994. - С. 17—26.

обращении к незнакомому человеку лучше использовать безличную форму: «извините, как пройти...», «будьте добры, ...» но не всегда можно обойтись без конкретного обращения. Например: «Уважаемые товарищи! В связи с ремонтом эскалатора вход в метро ограничен». Слово «товарищ» — исконно русское, до революции им обозначали должность: «товарищ министра». В словаре русского языка С.И.Ожегова одним из значений слова «товарищ» является «человек, близкий кому-нибудь по общности взглядов, деятельности, условиям жизни и т.п., а также человек, дружески расположенный к кому-нибудь»[[1]](#footnote-1).

Также в обиходе используется слово «гражданин». «Гражданин! Не нарушайте правила дорожного движения!» — это звучит строго и официально, а от обращения: «Гражданка, встаньте в очередь!» веет холодом и большой дистанцией между общающимися. К сожалению, чаще всего употребляется обращение по половому признаку: «Мужчина, подвиньтесь!», «Женщина, уберите сумку с прохода!» В речевом общении, кроме того, существуют исторически сложившиеся стереотипы. Это слова «сударь», «сударыня», «господин» и множественное число «господа», «дамы». В деловых кругах используется обращение «господин».

При применении любой формы обращения следует помнить, что оно должно демонстрировать уважение к человеку, учитывать пол, возраст и конкретную обстановку. Важно точно чувствовать, к кому мы обращаемся.

Как следует обращаться к коллегам, подчиненным, руководителю? Ведь выбор обращения в официальных отношениях довольно ограничен. Официальными формами обращения в деловом общении являются слова «господин» и «товарищ». Например, «господин директор», «товарищ Иванов», т. е. после слов обращения необходимо указывать на должность или фамилию. Часто можно услышать, как руководитель обращается к подчиненному по фамилии: «Петров, принеси-ка мне отчет за I квартал». Согласитесь, что такое обращение имеет оттенок неуважительного отношения руководителя к подчиненному. Поэтому такое обращение использовать не следует, лучше заменить его именем-отчеством. Обращение по имени-отчеству соответствует русской традиции. Это не только форма обращения, но и демонстрация уважительного отношения к человеку, показатель его авторитета, занимаемого положения в обществе.

Полуофициальным обращением является обращение в форме полного имени (Дмитрий, Мария), которое предполагает использовать в разговоре как обращение «ты», так и «вы». Данная форма обращения встречается нечасто и может настраивать собеседников на строгую тональность разговора, на его серьезность, а иногда означает недовольство говорящего. Обычно такое обращение используют старшие по отношению к младшим. В официальных отношениях следует обращаться всегда на «вы». Сохраняя официальность отношений, стремитесь вносить в них элемент доброжелательности и теплоты.

Необходимо соблюдать деликатность, чтобы любое обращение не превращалось в фамильярность и панибратство, которые характерны при обращении только по отчеству: «Николаич», «Михалыч». Обращение в такой форме возможно со стороны пожилого подчиненного, чаще всего рабочего, к молодому начальнику (мастеру, бригадиру). Или, наоборот, молодой специалист обращается к пожилому рабочему: «Петрович, постарайся закончить работу к обеду». Но иногда такое обращение несет оттенок самоиронии. При этой форме разговора используется обращение на «ты».

В деловом общении большое значение придается переходам в обращении с «вы» на «ты» и наоборот, переходу от официального обращения к полуофициальному и бытовому. Эти переходы выдают наше отношение друг к другу. Например, если начальник всегда обращался к вам по имени-отчеству, а затем, вызвав к себе в кабинет, вдруг обратился по имени, можно предположить, что предстоит доверительная беседа. И напротив, если в общении двух людей, у которых было принято обращение по имени, вдруг используется имя-отчество, то это может говорить о натянутости отношений или официальности предстоящего разговора.

Немаловажное место в деловом этикете занимает приветствие. Встречаясь друг с другом, мы обмениваемся фразами: «Здравствуйте», «Добрый день (утро, вечер)», «Привет». Люди по-разному отмечают встречу друг с другом: например, военные отдают честь, мужчины обмениваются рукопожатием, молодежь машет рукой, иногда люди при встрече обнимаются. В приветствии мы желаем друг другу здоровья, мира, счастья. В одном из стихотворений русский советский писатель Владимир Алексеевич Солоухин (1924— 1997) написал:

Здравствуйте!

Поклонившись, мы друг другу сказали,

Хотя были совсем незнакомы. Здравствуйте!

Что особого тем мы друг другу сказали?

Просто «Здравствуйте», больше ведь мы ничего не сказали.

Отчего же на капельку солнца прибавилось в мире?

Отчего же на капельку радостней сделалась жизнь?

Постараемся ответить на вопросы: «Как приветствовать?», «Кого и где приветствовать?», «Кто приветствует первым?»

Входя в кабинет (комнату, приемную) принято приветствовать находящихся там людей, даже если вы не знакомы с ними. Первым здоровается младший, мужчина с женщиной, подчиненный с начальником, девушка с пожилым мужчиной, но при рукопожатии порядок обратный: первым руку подает старший, начальник, женщина. Если женщина ограничивается при приветствии поклоном, то мужчине не следует протягивать ей руку. Не принято обмениваться рукопожатием через порог, стол, через какую-либо преграду.

Здороваясь с мужчиной, женщина не встает. Мужчине, здороваясь, всегда рекомендуется вставать, за исключением случаев, когда это может потревожить окружающих (театр, кино) или когда это сделать неудобно (например, в машине). Если мужчина желает подчеркнуть особое расположение к женщине, то при приветствии он целует ей руку. Женщина подает руку ребром ладони к полу, мужчина поворачивает ее руку так, чтобы она была сверху. Рекомендуется наклониться к руке, но прикасаться к ней губами не обязательно, при этом помните, что прикладываться к руке дамы лучше в помещении, а не на улице. Правила приветствовать друг друга действуют у всех народов, хотя формы проявления могут существенно различаться.

Обязательным условием делового контакта является культура речи. Культурная речь — это прежде всего правильная, грамотная речь и, кроме того, верный тон общения, манера разговора, точно подобранные слова. Чем больше словарный запас (лексикон) человека, тем он лучше владеет языком, больше знает (является интересным собеседником), легче выражает свои мысли и чувства, а также понимает себя и других.

Специалисты рекомендуют:

• следить за правильным употреблением слов, их произношением и ударением;

• не использовать обороты, содержащие лишние слова (например, «абсолютно новый» вместо «новый»);

• избавляться от слов-«паразитов» («так сказать», «такая», «ну» и т.д.);

• избегать заносчивости, категоричности и самонадеянности. Привычка говорить «спасибо», вежливость и учтивость, использование подобающего языка и умение одеваться соответствующим образом относятся к числу ценных черт, которые увеличивают шанс на успех.

**3. Внешний облик человека**

По одежке встречают, по уму провожают. Русская народная мудрость

Часто приходится слышать о том, что нельзя делать вывод о человеке по первому впечатлению. Однако по подсчетам психологов люди в 85 случаях из 100 свое отношение к другому человеку строят на основе внешнего впечатления. Особенности внешнего вида человека информируют нас о возрасте, социальной, национальной и профессиональной принадлежности. Вот почему в общении важны и сказанные слова, и внешний вид.

С древних времен люди стремились к совершенству. Умение сделать себе имидж (образ), создать у себя и окружающих уверенность в собственной привлекательности и яркой индивидуальности — это искусство, которое постигалось веками. Человек учился создавать свой образ при помощи одежды, макияжа, прически. Умение красиво одеваться в соответствии с жизненными ситуациями — это талант. Нелепо смотрится вечерний туалет в дневное время, а уж если в таком наряде явиться на службу, до которой добирались на общественном транспорте, — это гротесковая ситуация.

Главной ошибкой, по словам признанного специалиста в области деловой одежды Дж.Т.Моллой, является слишком преувеличенное значение своей привлекательности и усердное следование моде. Действительно, люди, особенно молодежь, забывают, что мода предлагает общее направление, безликий стандарт, который не подчеркивает индивидуальность. В выборе одежды важно уметь подобрать гардероб в соответствии со своей внешностью, возрастом, вкусом и ситуацией, а не слепо идти за модой. Человек должен выработать свой стиль в одежде, поскольку мода переменчива, а стиль остается. Вы, наверное, замечали: одежда модная, хорошо сидит на фигуре и цвет ваш, но не радует глаз, не греет душу, — это означает, что одежда не вписывается в ваш стиль, не соответствует вашему образу и характеру.

Специалисты в области моды советуют носить то, что Вас действительно украшает, то, в чем вы выглядите элегантно. Важным условием элегантности является учет при покрое одежды объемов

•тела и пропорций отдельных его частей. Одежду рекомендуется подбирать в соответствии с типом фигуры и лица. Главное — видеть недостатки своего силуэта и умело, при помощи одежды, корректировать их- Одежда является своеобразной визитной карточкой, оказывающей психологическое воздействие на партнеров по общению. Она может многое сказать о нашей личности и положении (см. подробнее в разд. 2.3).

Для создания внешне привлекательного образа человек использует макияж, который помогает не только освежить лицо, но и исправить небольшие индивидуальные недостатки его черт. Используя декоративную косметику, необходимо учитывать общий облик человека, цвет его кожи, волос, глаз, одежды, овал лица, возраст, а также время и место, где находится человек (повседневная работа, торжественный вечер, дискотека, театр). Специалисты в области декоративной косметики советуют придерживаться правил: «лучше меньше, чем больше»; «лучше без, чем неумело». Хороший макияж — это макияж незаметный, который, как говорят профессионалы, должен «хорошо прилегать к лицу».

Итак, у вас модная одежда, безукоризненный макияж, но неправильно подобранная прическа, и вы уже не производите достойного впечатления. Волосы — это природное украшение, за которым нужно ежедневно ухаживать. Волосы делают человека привлекательным за счет правильного выбора прически. Прическа выбирается с учетом фигуры человека, типа лица и формы головы. Профессионалы парикмахерского искусства разработали рекомендации, как с помощью удачного выбора прически можно отвлечь внимание от сутулости спины и некрасивой шеи.

Все детали вашего наряда — от обуви до заколки в волосах -должны гармонировать друг с другом.

Дорого, но неопрятно одетый человек с неприятным запахом и торчащими в разные стороны засаленными волосами вряд ли вызовет симпатию. Опрятность является основным требованием этикета к внешнему виду.

И всегда надо помнить, что внешняя красота может только привлечь внимание окружающих, а для того чтобы удержать его, необходима духовная красота. Внешне красивый, но грубый, злой, некультурный человек с вульгарным лексиконом и поведением производит неприятное впечатление.

**4. Культура телефонного общения**

Телефон является удобным и оперативным средством связи, без которого невозможно представить современную жизнь. По телефону обмениваются личной и служебной информацией, договариваются о встречах, устанавливают и развивают деловые контакты. Человечество пользуется телефоном уже более века: в 1876 г. был создан первый, еще несовершенный, но уже получивший признание телефонный аппарат.

Телефонный разговор обеспечивает двусторонний обмен информацией независимо от расстояния. В короткий срок телефон соединит вас с коллегой из соседнего отдела, с абонентом по ту сторону океана. Но, как показывает практика, к разговору по телефону, особенно деловому, надо готовиться. Для государственного служащего, делового человека необходимо научиться дорожить своим временем (и временем собеседника). Плохая подготовка, неумение лаконично и грамотно излагать свои мысли отнимает от 20 до 30 % рабочего времени современного государственного служащего. Кроме того, культура телефонного общения — это средство формирования у партнеров вашего имиджа и имиджа учреждения, в котором вы служите.

Рассмотрим некоторые рекомендации, разработанные специалистами.

1. Рядом с телефоном полезно держать ручку, блокнот и календарь.

2. После звонка быстро снимите трубку. Не «срывайте» трубку во время звонка: в электроцепях резко возрастает сила тока, что может привести к повреждению. Этикетом предусмотрено снятие трубки до четвертого звонка телефона, так как воздействие телефонных звонков отрицательно сказывается на нервной системе. Не следует снимать телефонную трубку «не глядя», не отрываясь от дел, так как она может коснуться контактного рычага и соединение будет прервано.

3. Трубка снята. Возникает вопрос: какое первое слово произнести, чтобы контакт был установлен? Жестких рамок здесь нет. Как правило, человек отвечает: «Алло», «Слушаю», «Да». Считается, что первые два варианта предпочтительнее, так как «да» звучит сухо и нелогично, что может затруднить налаживание психологического контакта. Нередко встречаются ответы: «Я вас слушаю», звучащий несколько манерно, и архаичный вариант «У телефона» или «На проводе». Все перечисленные ответы уместны в домашней обстановке. В деловом общении предпочтительнее использовать информативные ответы (кто снял трубку и в каком учреждении), при этом не следует называть себя и предприятие скороговоркой.

4. Что делать, если во время вашей беседы с клиентом раздается телефонный звонок? Правила телефонного этикета и вежливости предписывают поступать следующим образом: извинитесь перед клиентом, снимите телефонную трубку и, сославшись на занятость, попросите перезвонить. Возможен и другой вариант: запишите номер телефона звонившего и перезвоните ему, как только будете свободны.

5. Как пригласить к телефону коллегу? «Одну минуту» («сейчас»)... Иван Петрович — вас!» После этого трубка передается или аккуратно, без стука кладется на стол. Не рекомендуется приглашать криком или демонстрировать свои прохладные отношения с коллегой: после отзыва «грохнуть» трубкой об стол и холодным тоном произнести: «Иванова!»

При вызове по телефону отсутствующего в данное время сотрудника не следует ограничиваться ответом: «Его нет» и швырять трубку на рычаг. Следует сказать; «Его сейчас нет. Будет тогда-то. Может быть, ему что-нибудь передать?» Если вас об этом попросят, зафиксируйте просьбу и положите записку на стол коллеге. Очень неудачно звучат ответы: «Его нет, не знаю где он. Может, оставите номер вашего телефона». Более того, не стоит вдаваться в подробности: «Алла Викторовна еще не пришла с обеда», «Наверное, в буфете (курилке)» и т.п.

6. Деловой телефонный разговор должен быть кратким. Например, в японской фирме не будут долго держать сотрудника, который не решит деловой вопрос по телефону за три минуты.

Заканчивает разговор тот, кто позвонил, поэтому не рекомендуется принявшему звонок проявлять нетерпение и стремиться к «свертыванию» разговора. Но что делать, если собеседник не в меру болтлив, отвлекается от темы разговора, заостряет внимание на деталях? Существует множество приемов, чтобы прекратить разговор с многословным собеседником, не обидев его и при этом соблюсти вежливость и деликатность. Обычно используют фразы: «Очень приятно с вами разговаривать, но сейчас я должна уйти», «Как бы хотелось поговорить с вами еще, но у меня очень срочные дела», «Очень рад был вас слушать, но мне надо на деловую встречу» и т.п.

7. Важно, чтобы служебный телефонный разговор велся в спокойном, вежливом тоне. Во время разговора необходимо создать атмосферу взаимного уважения, чему способствует улыбка. Собеседник ее не видит, но чувствует. Голос, тембр, интонации и тон могут очень многое сказать о вас. По данным психологов, интонация и тон разговора несут до 40 % информации. Говоря по телефону, мы можем вызвать доверие у собеседника или, наоборот, неприязнь.

Рекомендуется говорить ровно, сдерживать свои эмоции и не прерывать речь собеседника. Если ваш собеседник высказывается в резкой форме, склонен к спорам, то наберитесь терпения и не отвечайте ему тем же, не возражайте прямо.

8. Никогда не говорите по телефону с набитым ртом. Недопустимо во время телефонного разговора жевать, пить и параллельно разговаривать с сотрудниками.

9. Телефон усугубляет недостатки речи, поэтому рекомендуется следить за произношением чисел, имен собственных и фамилий. В разговоре лучше не употреблять специфические, профессиональные термины, которые могут быть непонятны собеседнику. Не допускается жаргон и такие выражения, как «идет», «лады», «добро», «пока» и т.п.

10. Поскольку телефонные собеседники не видят друг друга, то они должны подтверждать свое внимание (в случае длительного разговора одного) репликами: «Да, да», «Понимаю»... Если в телефонном разговоре возникает неожиданная пауза, то можно уточнить: «Как вы меня слышите?», «Вы не согласны?» и т.п. В случае ухудшения слышимости вполне разумно перезвонить одному из собеседников. Если же телефонная связь обрывается, то перезванивает инициатор разговора.

Завершать разговор следует вовремя, чтобы избежать пресыщения общением, которое выражается в беспричинном недовольстве и обидчивости партнеров, а иногда и в раздражительности. В конце разговора надо поблагодарить за звонок или полученную информацию (новость). «До свидания, спасибо за звонок», «Приятно было поговорить с вами» и т.п.

Что делать в первую очередь, с чего начать и как себя вести, если звонить придется вам?

I. Определите цель телефонного разговора (может, он не важен и не нужен). Ненужные разговоры нарушают рабочий ритм и мешают работать тем, кто находится рядом. Если вы определили цель и тактику ведения телефонного разговора, то составьте план беседы, набросайте перечень вопросов, которые хотели бы решить, так как это позволит не упустить из вида главного и сделает разговор логичным и лаконичным. Как показывает анализ телефонных разговоров, до 40 % занимают повторения слов и фраз.

2. Номер набран. Первой фразой старайтесь заинтересовать собеседника. Вначале, согласно этикету телефонного разговора, желательно назвать себя и поздороваться, например: «Иванова Мария Сергеевна. Здравствуйте (добрый день)». Прежде чем попросить к телефону того, кто вам необходим, дождитесь ответа «Здравствуйте» на другом конце провода, а затем скажите: «Будьте добры, позовите Петра Петровича». Недопустимы фразы «Это кто?», «Куда я попала?» и т.п. Если на ваш звонок абонент не отвечает, помните, что на 5-й сигнал вешают трубку и вызов повторяют позже.

3. Звонок по домашнему телефону сослуживцу для служебного разговора может быть оправдан только серьезной причиной. Звонки на квартиру после 22 часов и до 8 часов (в выходные дни до 10 часов) считаются нарушением правил этикета.

4. Нарушением этикета считается невыполнение обещания перезвонить. Если обещал, надо позвонить обязательно, иначе создадите себе репутацию несерьезного человека.

**5. Деловая беседа**

В деловых отношениях очень многое зависит от личных встреч, бесед, совещаний. Преимущество беседы неоспоримо, так как деловые связи, начатые в письме или по телефону, развиваются в личных контактах. Во время личных встреч партнеры используют все богатство человеческого общения: речь, жесты, мимику, движения и личностное воздействие.

Что может быть проще беседы? Встретились и поговорили. Однако спонтанность характерна для бытовых бесед - на улице, дома, в перерывах между работой.

Совсем иной подход нужен к деловой беседе, имеющей свои закономерности и традиции. Деловая беседа требует тщательной подготовки и базируется на этических нормах и правилах.

Ведущим элементом в подготовке деловой беседы является планирование, т.е. определение цели встречи и разработка стратегии и тактики достижения цели. Специалисты рекомендуют продумать возможный ход предстоящей беседы, в роли будущего оппонента проверить действенность своих аргументов (см. разд. 6.1), логическую связь формулировок и спрогнозировать реакцию собеседника (собеседником может быть подчиненный, деловой партнер или коллега).

Большое значение имеет правильный выбор места для проведения беседы, при этом необходимо помнить, что в помещении не должны находиться посторонние лица, а интерьер помещения должен способствовать улучшению эмоционального состояния и снятию утомления и напряженности партнеров.

О беседе договариваются, как правило, за два-три дня. Это позволяет заранее предусмотреть возможное ее течение, продумать основные детали. Если приглашенный на беседу не является сотрудником вашей организации, то необходимо объяснить ему, как лучше доехать до места встречи и, если нужно, заранее выписать пропуск. Секретарь должен быть предупрежден о встрече, знать имя приглашенного и первым приветствовать его.

Деловая беседа состоит из нескольких этапов;

• начало;

• передача информации (изложение своей позиции) и аргументирование;

• выслушивание доводов собеседника и реакция на них;

• принятие решений.

Начало беседы влияет на весь ее дальнейший ход; задачами начального этапа являются установление контакта с партнером, создание благоприятной атмосферы взаимного доверия и уважения, а также привлечение внимания и пробуждение интереса к проблеме.

Будет ли атмосфера встречи доброжелательной и деловой, зависит от вашей пунктуальности, ведь посетитель, прождавший вас с полчаса в приемной, вряд ли будет дружески настроен.

Желательно встать навстречу гостю, а еще лучше встретить его у дверей кабинета, обменяться рукопожатием и указать ему, где повесить верхнюю одежду (если это не сделал в приемной секретарь). Для того чтобы разговор шел «на равных», рекомендуется вести беседу не за рабочим столом. Лучше всего сесть напротив друг друга. Хороший хозяин всегда предложит гостю чай или кофе, а в жаркое время — прохладительные напитки. Желательно поставить рядом часы, чтобы каждый мог видеть, сколько времени длится беседа, так как посматривание на свои часы во время беседы считается неприличным и может восприниматься как сигнал к окончанию разговора.

К собеседнику лучше обращаться по имени-отчеству и в ходе дальнейшего разговора повторить это несколько раз. Американский специалист в области человеческих отношений Дейл Карнеги (1888—1955) утверждал, что имя человека — это самый сладостный и самый важный для него звук на любом языке.

Постарайтесь ободрить собеседника и расположить его к себе первыми фразами и вопросами, которые могут не иметь прямого отношения к теме разговора.

В начале беседы важным сигналом установления контакта является встреча глазами, поскольку взгляд является сильным средством невербального общения. Вообще, умение «читать» невербальные сигналы в поведении собеседника могут значительно облегчить понимание партнера. С самого начала беседа должна принять форму диалога. Очень важно научиться слушать собеседника, не перебивая его, при этом нужно вести себя естественно, быть честным, не играть с партнером и не заискивать. Кроме того, недопустимо срывать на собеседниках свое плохое настроение. Помните, что ваша доброжелательность и сосредоточенность помогут человеку раскрыться, особенно если он переполнен негативными эмоциями или застенчив и неуверен в себе.

В ходе беседы рекомендуется использовать краткие, нейтральные реплики: «Продолжайте, очень интересно!», «Понимаю вас», которые снимают напряженность и помогают продолжать беседу, а также уточняющие реплики: «Что вы имеете в виду?», «Как вы считаете?» и т.п., помогающие вести беседу в нужном направлении.

Разговор с деловым партнером, коллегой или подчиненным исключает проявление любой бестактности: пренебрежительного тона, обрывание собеседника на полуслове, демонстрации своего превосходства.

На завершающем этапе деловой беседы принимается окончательное решение, которое должно излагаться ясно, четко, убедительно. Финал беседы должен стимулировать реализацию принятых решений и заложить основу для дальнейших встреч. Необходимо поблагодарить партнера за беседу и выразить уверенность в успешности будущего сотрудничества. Психологи подчеркивают значимость прощального взгляда, когда хозяин кабинета задерживает взгляд на собеседнике, демонстрируя внимание к партнеру изаинтересованность в дальнейшем сотрудничестве с ним.

**6. Деловая переписка**

Деятельность делового человека невозможно представить без работы с документами. Подсчитано, что на составление служебных документов и работу с ними у некоторых категорий работников аппарата управления тратится от 30 до 70 % рабочего времени.

Служебная переписка является важной частью делового этикета, «общением в миниатюре». Она способствует установлению прочных связей с потребителем, улучшению взаимосвязи различных служб, а также увеличению оборота предприятия, фирмы.

Джен Ягер в своей книге «Деловой этикет» отмечала, что качество делового текста складывается из четырех составляющих: мысли, внятности, грамотности и корректности.

При составлении делового письма необходимо соблюдать следующие требования;

• исполнитель должен отчетливо представлять себе сообщение, которое хочет передать, и точно знать, как это выразить в понятной, сжатой и доступной форме;

• письмо должно быть простым, логичным, конкретным и не допускать двусмысленностей. Лаконичные письма, написанные односложными словами, характеризуют пишущих как хороших собеседников, владеющих искусством общения. Фразы должны легко читаться, нежелательно использование большого количества причастных и деепричастных оборотов;

• письмо должно составляться только по одному вопросу, при этом его текст надо разбить на абзацы, в каждом из которых затрагивается лишь один аспект данного вопроса;

• письмо должно быть убедительным и достаточно аргументированным;

• письмо должно быть написано в нейтральном тоне, нежелательно употребление метафор и эмоционально-экспрессивных фраз;

• объем делового письма не должен превышать двух страниц машинописного текста;

• с точки зрения грамматики деловое письмо должно быть безупречным, так как орфографические, синтаксические и стилистические ошибки производят плохое впечатление и действуют на адресата раздражающе;

• деловое письмо должно быть корректным, написано вежливым тоном.

При деловой переписке следует помнить, что восприятие письма зависит не только от содержания, но и от конверта и бланка фирмы. Почтовая бумага должна быть хорошего качества, а цвет бумаги — светлым: белым, светло-серым, кремовым и т.п. Вверху или сбоку листа небольшими буквами должно быть напечатано название организации, возможно, ее эмблема или логотип (словесная форма товарного знака), а в некоторых случаях — имя и фамилия сотрудника и, может быть, его должность. Кроме того, деловые письма могут быть выполнены и на обычной почтовой бумаге. Вопрос о том, целесообразно ли дать сотруднику право пользоваться бумагой, где указаны не только название фирмы, но и фамилия и должность сотрудника, решается руководством организации.

Специалист в области делового письма американец Р. Теппер полагает, что правильно составленные деловые письма строятся по одной схеме. Начальные строки привлекают внимание, следующие за ними одно или два предложения пробуждают интерес читателя, затем в двух абзацах высказывается просьба, а последняя часть заставляет читателя действовать.

В учебнике «Психология и этика делового общения»1 приводится пример делового письма, составленного по данной схеме.

Внимание: «Уважаемая (ый) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Я хочу сообщить Вам нечто важное (интересное)»

Интерес: «Мы (я) предлагаем Вам то, что может существенно улучшить Вашу жизнь...»

Просьба: «Нам требуется помощь людей, готовых вложить хотя бы... в благородное, патриотическое дело...»

Действие: «Мы призываем Вас присоединиться к тысячам добрых людей...»

Помните, что просьбу нужно формулировать так, чтобы у адресата выбор вариантов был ограничен, поскольку чем меньше вариантов, тем больше вероятность успеха. Употребление стандартизированных словесных оборотов не только позволяет исключить ненужный эмоциональный тон письма, но и является выражением деловой вежливости.

Наиболее часто в деловой сфере используются следующие виды деловых писем.

1. Резюме и письмо с просьбой о приеме на работу.

2. Письмо-заявление об уходе.

3. Рекомендательное письмо.

4. Письмо-отказ.

5. Письмо-запрос о ходе исполнения дела (договоренности

сделки и т.п.).

6. Письмо-напоминание.

7. Письмо-уведомление.

8. Письмо-благодарность.

Деловое письмо должно всегда подписываться от руки. Вопрос об отправке письма по факсу или в конверте почтой решается в зависимости от обстоятельств и желания деловых партнеров. На все письма следует обязательно давать ответ, даже если он отрицательный или вызывает затруднения, при этом нужно выдерживать сроки ответа.

Кроме деловой корреспонденции, курсирующей между организациями, существует и внутриорганизационная переписка.

Содержание внутренней переписки может быть различным, но оно должно отвечать некоторым общим правилам:

• письмо должно быть лаконичным;

• обязательно должна проставляться дата;

• письмо не должно содержать клеветнических измышлений;

• должна быть разборчивая подпись.

**7. Визитная карточка в деловой жизни**

В современных условиях трудно представить деловую жизнь без визитной карточки, которая имеет свою историю. Так, например, в дореволюционной России визитные карточки были весьма распространены.

Визитные карточки бывают следующих видов:

• стандартизированная визитная карточка сотрудника фирмы (организации);

• представительская карточка сотрудника фирмы;

• визитная карточка фирмы;

• семейная визитная карточка;

• прочие визитные карточки.

Типовая визитная карточка сотрудника содержит: фамилию, имя, должность сотрудника, его полномочия, служебный телефон (возможно несколько номеров служебного телефона), название фирмы, ее почтовый адрес, а также телефон секретариата, телефакс и телекс. Иногда для некоторых видов должностей, например для страхового агента, указывается домашний телефон.

Во втором типе визитной карточки указываются только фамилия и имя. Такими карточками обмениваются при первом знакомстве, когда потребность в сведениях о фирме, должности и занятиях владельца карточки еще не возникла.

Визитная карточка фирмы появилась сравнительно недавно и, как правило, используется в рекламных целях. В ней указывается полное официальное название фирмы, ее логотип, почтовый адрес и адрес в Интернете, телефоны секретариата, иногда — отдела по связям с общественностью и рекламного отдела, а также направление деятельности фирмы. Иногда в ней могут размещаться адреса и телефоны филиалов за рубежом. Визитными карточками фирмы обмениваются во время презентации, на выставках-ярмарках.

Семейная визитная карточка также может быть использована в деловой жизни, например при знакомстве глав семей, находящихся на выездной учебе или отдыхе за счет фирмы. Если фирма направляет своих сотрудников с семьями на работу в зарубежные филиалы, то желательно иметь такую карточку. На семейной визитной карточке указываются имя и фамилия главы семьи (без указания занимаемой должности), имя и фамилия его супруги, имена детей, домашний адрес и телефон.

При деловом знакомстве обмен визитными карточками является обязательной частью. Вручают ее так, чтобы текст карточки был сразу прочитан, при этом владельцу визитной карточки следует вслух произнести свою фамилию, чтобы облегчить партнеру ее запоминание. Получивший карточку должен, держа ее в руке, прочитать ее содержание, поблагодарить и убрать в кейс или во внутренний карман пиджака, женщины могут положить ее в сумочку. Нельзя убирать визитную карточку в наружный карман. Вручается и принимается визитная карточка правой рукой. Первым вручает свою визитную карточку младший по должности, если должности равны, то младший по возрасту. Если деловая встреча проходит за рубежом, то первыми вручают визитные карточки «хозяева», т.е. представители принимающей стороны. Чужие визитные карточки нельзя использовать для записи, мять, складывать и вертеть в руках. Это воспринимается как знак неуважения и пренебрежения.

Визитная карточка может выполнять функцию письма, например позволяет выразить благодарность- Для этого посылается карточка с буквами P.R. (от фр. pour remercier — «чтобы поблагодарить»), посылаемые карточки запечатываются в обычный конверт.

В мировой бизнес-практике действуют следующие правила оформления визитных карточек, принятые в светском этикете:

• бумага должна быть плотной, высокого качества, размером приблизительно 5 х 8 см (впрочем, размер и шрифт визитной карточки не регламентируются, они зависят от местной практики и вкуса владельца);

• бумага должна быть белого или светлого цвета;

• текст должен быть простым, легко читаемым, шрифт — черного цвета, без золотых напылений, «украшений» и различных экзотических оттенков. Чем проще карточка, тем больше в ней элегантности и достоинства.

Визитная карточка должна быть отпечатана на русском языке, а на обороте - на английском, французском или языке страны пребывания.

Чрезмерно важное значение имеет процедура обмена визитными карточками в Японии. Визитная карточка представляет «портрет» конкретной личности и поэтому обращаться с ней надлежит аккуратно.

**8. Деловой протокол**

Деловой протокол — это правила, которые регламентируют порядок встреч и проводов, проведение бесед и переговоров, организацию приемов, оформление деловой переписки и т.д.

В предыдущих разделах вы познакомились с правилами проведения бесед (см. разд. 6) и оформлением деловой переписки (см. разд. 7). В этом разделе мы поговорим об этикете первой встречи деловых людей, от которой зависит возникновение симпатии или антипатии. Ведь вызванные первым впечатлением отрицательные эмоции могут послужить причиной срыва переговоров.

Если вам предстоит встречать деловых партнеров из-за рубежа, старайтесь не упускать даже мелочи. Вначале нужно разместить гостей в автомобиле. Главного гостя следует посадить на заднее сиденье по диагонали от водителя, а рядом с водителем может сидеть встречающий гостей сотрудник. Иногда мужчины предлагают женщине занять место рядом с водителем, подчеркивая этим свое уважение, однако женщина не должна этого делать.

Как следует садиться в машину? Ни мужчине, ни женщине не рекомендуется садиться в машину «с головы». Женщина, подойдя к машине, открывает дверь, садится боком, а потом переносит обе ноги на пол машины. Чтобы выйти из машины, она поворачивается на сиденье, опускает ноги на землю, а затем, держась левой рукой, встает и поднимает весь корпус. Мужской манерой посадки является одновременный перенос себя в машину одной ногой и туловищем (хотя женщине в брюках не возбраняется перенять мужскую посадку).

Прибывшую на место делегацию встречает «хозяин кабинета», который после обмена рукопожатиями приглашает всех за стол переговоров. Руководители двух сторон садятся напротив друг друга, причем справа садятся заместители, слева — переводчики, а остальные участники переговоров садятся произвольно.

Говорить о деле сразу не следует, лучше начать разговор с нескольких светских вопросов: как доехали, как разместились в гостинице, поинтересоваться, есть ли какие просьбы, проблемы и т.п. После этого сторонам необходимо представиться с помощью визитных карточек (см. разд. 8), а затем начинать диалог. Первым по завершении встречи (после того как подписан протокол и соблюдены все формальности) встает «хозяин кабинета» и проходит на место, где встречал делегацию. Ответственный за делегацию должен вывести их из кабинета и проводить до следующего места назначения или до машины и отвезти на обед или прием, организованные фирмой.

Деловые приемы имеют более свободную, раскованную атмосферу, чем деловая встреча или деловые переговоры. Они служат для заключения взаимовыгодных договоров и, кроме того, позволяют отпраздновать юбилей фирмы, расширение сферы деятельности, достижение значительных финансовых результатов. Участие сотрудников в деловом приеме — это не просто времяпрепровождение, а исполнение служебных обязанностей.

Различают деловые приемы, проводящиеся с наличием посадочных мест (т.е. участники приема сидят) и без посадочных мест (т.е. участники приема стоят). Деловые приемы по времени проведения подразделяются на дневные (рабочий завтрак, завтрак) и вечерние (коктейль, бокал шампанского, обед).

По правилам этикета на деловые приемы высылаются приглашения, которые печатаются на бумаге хорошего качества, белой или любого светлого оттенка. Необходимо использовать строгий шрифт, текст должен быть отпечатан ясно и четко с соблюдением правил этикета и с использованием обязательных «формул вежливости».

**Заключение**

Нормы морали получают свое идейное выражение в заповедях и принципах о том, как должно себя вести.

В Евангелии от Матфея сказано: «Итак, во всем как хотите, чтобы с вами поступали люди, так и поступайте вы с ними» (гл. 7 ст.12). Одним из основных элементов культуры делового общения является нравственное поведение .

Нравственная жизнь человека и общества разделяется на два уровня: с одной стороны, то, что есть: сущее, нравы, фактическое повседневное поведение; с другой стороны, то, что должно быть: должное, идеальный образец поведения.

Нередко в деловых отношениях мы сталкиваемся с противоречиями между сущим и должным. С одной стороны, человек стремится вести себя нравственно, как говорят, должным образом, с другой — желает удовлетворить свои потребности, реализация которых часто связана с нарушением нравственных норм. Поэтому изучение курса деловая культура и психология общения необходимы, чтобы знать как должно поступать в деловых отношениях.

**Литература**

1. Алехина Ия Имидж и этикет делового человека. – М.: Дело, 2001.

2.Гусейнов А. А.. Ирлиц Г. Краткая история этики. - М.: Мысль, 1987.

3. Ботавина Р.Н. Этика деловых отношений. -М.: Финансы и статистика, 2001.

4. Ковальчук А.С. Основы имиджеологии и делового общения.- Ростов-на-Дону, «Феникс», 2003.

5. Ли Се Ун. Международный бизнес: стратегия и управление. - М.: Наука, 1996.

6. Роджер А.Искусство управления.- М., 2000.

7. Ожегов С. И. Словарь русского языка. — М.: Русский язык, 1988.

8. Психология и этика делового общения / Под ред. В.Н.Лавриненко. — М., 1997.

9. Роджер А. Деловой этикет. -М., 2000.

10. Шкатова Л.А. Этикетные формы делового общения: Методическая разработка. Челябинск, 1992.

11. Ягер Дж. Деловой этикет. Как выжить и преуспеть в мире бизнеса: Пер. с англ. - М., 1994.

1. Ожегов С. И. Словарь русского языка. — М.: Русский язык, 1988. — С. 652. [↑](#footnote-ref-1)