Федеральное агентство по образованию

Филиал Санкт-петербургского государственного инженерно-экономического университета

Кафедра

Контрольная работа

По дисциплине: Современный этикет

Выполнила: студентка 2 курса заоч. отд

(на базе сред. образования)

Спец.080 105,группа № 6213 С

Михайлова О.Б.

Проверил: преподаватель

Дробышева Ольга Александровна

г. Псков 2007

Оглавление

Введение

1. Этикет письменного делового общения

1.1 Бланк

1.2 Визитная карточка

1.3 Деловое письмо

1.4 Личное письмо

1.5 Рекомендательное письмо

1.6 Благодарственное письмо

1.7 Поздравительные письма

1.8 Открытка

1.9 Телеграмма

1.10 Факс и электронная почта

Заключение

Список использованной литературы

## Введение

Современный этикет наследует обычаи практически всех народов мира с очень давних времен до наших дней. Сегодня, когда возможности общения с людьми из разных стран заметно расширились, важно знать не только иностранный язык, но и особенности национального этикета разных народов, чтобы не попасть впросак, посещая ту или иную страну.

Современный этикет - составная часть внешней культуры человека и общества. В него входят те требования, которые приобретают характер более или менее строго регламентированного церемониала и в соблюдении которых имеет особое значение определенная форма поведения.

Тому, кто владеет знаниями в области современного этикета, оценивать ситуацию и выбирать стиль поведения намного легче.

Главное - помнить, что в любой ситуации и в любой стране нужно руководствоваться здравым смыслом, рациональностью поведения и проявлять искреннее уважение к окружающим.

Мы привыкли к тому, что ежедневно каждый из нас общается со многими людьми. Мы делаем это не задумываясь, общение кажется нам естественным и обыденным. Но для того, чтобы нас правильно понимали и воспринимали, следует соблюдать определенные нормы и правила, регулирующие социальное и профессиональное поведение, которые называют этикет.

Бурное развитие деловых отношений с другими странами привело к необходимости знакомства с правилами делового этикета, которым до последнего времени уделялось мало внимания, точнее, существовавшие внутренние правила плохо походили на те, что были приняты за рубежом.

Современный этикет - это своеобразный кодекс хороших манер и правил поведения. Тема этой контрольной работы заключается в более глубоком изучении делового этикета, а именно этикета письменного делового общения.

## 1. Этикет письменного делового общения

## 1.1 Бланк

Одна из первых деловых бумаг, с которыми сталкивается клиент, - это бланк фирмы. Бланк фирмы во многом характеризует ее: по нему может сложиться первое впечатление о деловых партнерах. Поэтому по возможности не стоит экономить на фирменных бланках - следует использовать лучшую бумагу, прибегнуть к услугам хорошей типографии. Как правило, бланк печатается типографским способом на белой или цветной бумаге в один или несколько цветов.

На бланке должны присутствовать название фирмы, регистрационный номер и дата регистрации, адрес, телефон и факс. Иногда указывают имена директоров фирмы (обычно это делается в нижнем колонтитуле). В последнее время на бланке все чаще ставится адрес электронной почты в формате Интернета.

Не рекомендуется указывать на бланке фирмы банковские реквизиты - лучше при необходимости впечатать их в конце письма соответствующего содержания. На бланке может находиться логотип фирмы, что будет выгодно отличать его от других. При этом важно соблюсти соразмерность и сбалансированность рисунка и текста. Логотип должен быть простым, легко узнаваемым и выполненным на профессиональном уровне. В ряде случаев бланк может быть номерным, т.е. внизу или на обороте указывается его уникальный порядковый номер. Такие бланки подлежат строгой отчетности. Иногда использование номерного бланка заменяет использование печати.

В дополнение к бланку хорошо воспринимается выполненный в том же стиле конверт с логотипом фирмы.

Для передачи факсимильных сообщений лучше пользоваться бланком упрощенной формы в черно-белом исполнении, избегая мелкого шрифта и тонких деталей рисунка, учитывая тот факт, что факсимильные аппараты плохо передают полутона и мелкие штриховые линии.

В личной переписке также могут употребляться бланки и однотипные конверты. В этом случае вполне уместно ограничиться указанием имени или монограммы владельца. На личном бланке может указываться также и почтовый адрес.

Для бланков нужно правильно выбрать бумагу. Если фирма имеет "блестящий" имидж, то будет разумно отразить это в выборе бумаги с блеском, и, наоборот, если фирма предлагает такой вид услуг, как утешение, то лучше выбрать более грубую, матовую тяжелую бумагу, которая выглядит так, как будто в ней есть глубина. Для дизайнера по интерьеру вполне уместно использовать бумагу "под мрамор", но для аудиторской фирмы это будет недопустимо.

Цвет шрифта также имеет большое значение, например, темно-коричневые или темно-серые буквы на кремовом фоне выглядят традиционно, а черные на белом - очень по-деловому. Используя цветную бумагу, следует учитывать, что ее цвет может менять цвет краски и чернил, которым выполнен текст, - так, темно-синяя краска потеряет свою синеву на желтом фоне. Если бизнес имеет динамичный и энергичный имидж, то можно использовать желтый и красный цвет, а если бизнес "успокаивающий", то можно. Включить консервативные цвета типа темно-синего или серого.

Рисунки шрифтов - это "тайные пружины", которые следует выбирать очень продуманно. Так, например, прописные буквы посылают сигнал авторитарности, строчные говорят о дружелюбии. Печать уже представляет собой корпоративный имидж, когда название напечатано черными буквами на белом фоне. Шрифты могут выходить из моды, но ряд шрифтов четко ассоциируется с эпохой, так, например, "элегантные" шрифты стиля мотерн придадут всем бумагам соответствующий имидж. Важно также, чтобы шрифт был разборчивым - даже самый красивый, но неразборчивый шрифт может произвести плохое первое впечатление.

К особому виду деловых бумаг относятся благодарные открытки с тесненным шрифтом, которые заказываются фирмой вместе с бланками, визитными карточками, конвертами и пр. Их отправляют в ответ на личного рода поздравления, получаемые должностными лицами от незнакомых людей в честь победы на выборах, по случаю присвоения почетных званий и назначения на государственные должности.

## 1.2 Визитная карточка

Визитные карточки также способствуют созданию положительного имиджа, как личного, так и фирмы. История использования визитных карточек достаточно глубока, но к настоящему времени сложились определенные общепринятые нормы их применения. В основе их лежит простое понимание, что визитная карточка - это то, что остается у знакомого, собеседника, делового партнера после очной или заочной встречи с человеком.

Карточка должна не только содержать те сведения, которые он хотел бы о себе оставить, но и содействовать сохранению у партнера того имиджа, к созданию которого человек стремится.

Как правило, визитная карточка - это небольшой прямоугольник белого полуплотного картона хорошего качества с текстом, отпечатанным типографским способом. Четких правил в отношении размеров визитных карточек нет, но обычно у мужчин они могут быть несколько больше, чем у женщин, - скажем, 90 Х 50 мм и 80 Х 40 мм (в Великобритании визитные карточки женщин больше чем у мужчин). Визитная карточка молодой девушки может быть еще меньше - как правило, 70 Х 35 мм.

С распространением специальных альбомов для хранения карточек стандартного размера визитные карточки больших размеров постепенно выходят из практики. Шрифт карточки должен быть легко читаем. Имя, как правило, выделяется полужирным шрифтом чуть большего размера.

Визитная карточка может печататься на языке страны, где живет или пребывает в настоящее время владелец, либо на английском языке. В стране, где два официальных языка (например, в Бельгии - фламандский и французский), целесообразно иметь отдельные визитные карточки на каждом языке.

На внешний вид карточек (размер, шрифт, язык текста и его размещение) и на пользование ими могут влиять местные традиции. Сейчас стали использовать двусторонние карточки - с текстом на другом языке на оборотной стороне. Если придерживаться строгих протокольных норм, то это не совсем верно, поскольку оборотная сторона предназначена для того, чтобы на ней можно было сделать какие-то записи.

Как правило, визитная карточка должна иметь черный текст на белом фоне, нормы строгого этикета не рекомендуют отходить от этой гаммы. Бумагу лучше выбирать слегка тонированную с сатинированной поверхностью, на глянцевой бумаге карточки выглядят хуже.

Деловые визитные карточки являются неотъемлемым атрибутом современного делового общения. Отправляясь на встречу с деловыми партнерами, во избежание неловкой ситуации лучше запастись соответствующим количеством визитных карточек.

Первое представление чаще всего начинается с обмена ими. Особое значение они имеют при общении с иностранцами, людьми, не говорящими на вашем родном языке. На визитной карточке должны быть четко обозначены фамилия и имя (отчество) владельца, название фирмы или организации и должность, полный почтовый адрес и другие сведения. Также на ней вполне уместно поместить логотип фирмы или организации.

У государственных чиновников, депутатов на визитной карточке могут быть изображены государственный флаг или герб. На деловой визитке иногда указываются звание или титул, должность, номера телефона (телефонов), факса, электронной почты. Если сменился телефон или наименование должности, то следует позаботиться о том, чтобы как можно скорее заказать новые визитные карточки.

Деловая визитная карточка без указания адреса не соответствует нормам этикета (исключения составляют дипломаты и высшие государственные должностные лица). Если организация имеет несколько филиалов, то на деловых визитных карточках ее представителей могут быть указаны несколько адресов.

Визитные карточки сотрудников магазинов, предприятий сферы услуг, коммивояжеров по своему оформлению часто отступают от строгих норм этикета, поскольку это не только информационная, но и рекламная продукция. На таких карточках на обороте может быть помещена небольшая схема окрестностей, на лицевой стороне можно встретить фотографию ее владельца, красочный символ, девиз фирмы.

Кроме деловых отношений визитная карточка, оправдывая свое название, может использоваться и в иных, более обыденных, ситуациях. Ее можно вложить в букет цветов или приложить к подарку, чтобы человек мог узнать, от кого они. При этом обратную сторону можно использовать в качестве мини-открытки, написав несколько слов с выражением пожеланий, поздравлений или благодарности.

В ряде стран принято помещать в левом нижнем углу визитной карточки сокращения, которые позволяют безошибочно определить, по какому случаю ее прислали. В сокращениях используются первые буквы французских слов.

P. F. - pour feliciter - поздравление; на счастье

P. C. - pour condoleance - с соболезнованием

P. R. - pour remercier - в знак благодарности

P. P - pour presenter - разрешите представиться

P. F. C. - pour faire connaissance - в честь прекрасного знакомства

P. P. C. - pour prendre conge - в знак расставания (вместо личного визита в случае окончательного отъезда)

P. F. N. A. - pour feliciter du Nouvel An - с наилучшими пожеланиями в Новом году!

P. F. V. - pour faire visite - с желанием встретиться

Подобные сокращения в нашей стране пока не получили распространения, поэтому, прежде чем воспользоваться ими, нужно подумать, поймет ли их адресат.

Особую роль играют визитные карточки при заочном представлении. В этом случае посылка визитной карточки приравнивается к визиту. Более корректно оставлять визитные карточки для своего знакомого лично - при этом следует загнуть один из верхних углов карточки или всю карточку с левого или правого края. Нормы этикета требуют, чтобы лицо, получившее карточку, отослало ответную визитную карточку в течение суток. При заочном представлении в левом нижнем углу карточки можно карандашом сделать надпись P. P.

Разновидностью деловой визитки является комбинированная визитная карточка, где наряду со служебным адресом (в левом нижнем углу) указывается и домашний адрес (в правом нижнем углу). Такие карточки уместны для научных и творческих работников, которые часто работают дома.

Деловые визитные карточки продавцов, рестораторов, издателей могут предлагаться посетителям и лежать на конторке. В этих случаях посетители могут сами брать их.

При заочном знакомстве вполне уместно после назначения на новое место работы направить свои визитные карточки коллегам из других организаций ХХ или фирм. Направляя визитные карточки заочно, желательно сопроводить их кратким письмом или запиской с выражением надежды на продолжение знакомства. Можно сделать приписку и на самой визитной карточке, скажем: "По случаю назначения на новую должность".

В ходе деловой беседы или переговоров можно положить перед собой визитные карточки собеседников - это помогает избежать ошибок в произношении их имен и должностей.

## 1.3 Деловое письмо

Письмо как жанр зародилось очень давно, но сложились правила оформления писем. Например, древние римляне не ставили подписи под письмом, если только это не было письмо к императору. Адрес на письмах не писали и в более позднее время, поскольку письма вручались лично адресату.

С античных времен в форме писем, т.е. в эпистолярном жанре, сочиняли романы, поэмы, философские трактаты, политические памфлеты, критические статьи. Низами, великий персидский поэт, в первой главе своей книги "Собрание редкостей" дает ряд советов Дабиру-письмоводителю, например: "… ведя переписку и направляя послания, не пристало… дерзить уважаемым людям и вельможным господам. А ежели меж господином его и тем, кому он пишет, случилась распря, пусть он не чернит его репутации, умерив свое перо, разве только по отношению к тому, кто сам переступил границы и ногу достоинства перенес за круг благородства, ибо сказано: "Слово за слово, а начавший - виновнее".

Деловые письма пишут на бланках фирмы или организации, на которых указаны название фирмы, ее адрес и номер телефона, а также фирменный логотип. Внешний вид бланка является своеобразной визитной карточкой фирмы, поэтому к его оформлению следует отнестись со всей серьезностью. Чем официальнее бланк, тем официальнее должен быть стиль письма.

Общепринята такая структура письма: с правой стороны и чуть ниже реквизитов фирмы-отправителя указывается дата отправления с указанием месяца буквами, например: 12 мая 1997 г. Принятое в России обозначение даты 14.07.99. в международной переписке не употребляется. В США, как правило, указывается сначала месяц, а затем число - май, 12, 1997. Само письмо необходимо начинать с точного повторения в левом верхнем углу адреса, написанного на конверте. Еще ниже, без абзаца, сразу у поля с левой стороны пишут традиционное вежливое обращение:

Дорогой г-н (или г-жа) + фамилия;

Дорогой доктор + фамилия;

Господа;

Уважаемые господа;

Уважаемый г-н + фамилия (слова "господин" и "госпожа" всегда сокращаются, если стоят рядом с именем).

После вступительного обращения ставится запятая, а не восклицательный знак, как принято в нашей практике. В официальных письмах не принято обращаться на "ты" (этой проблемы нет в английском языке).

В зависимости от степени знакомства с корреспондентом обращение может начинаться словами: "Уважаемый Джон" (имя) либо "Уважаемый Смит" (фамилия). Посылая письмо в Германию, необходимо использовать традиционное обращение: "Дорогой г-н доктор (фамилия)", а в Австрию и Швейцарию - достаточно написать: "Дорогой г-н доктор". В Англии и США деловое письмо начинают с обращений: "Уважаемый г-н" (Dear Sir); "С уважением" (Your faithfully); "Уважаемый г-н Никсон" (Dear Mr. Nickson); "Искренне ваш" (Sincerely yours); "Многоуважаемый г-н Никсон" (My Dear Mr. Nickson); "С искренним уважением" (Very truly yours).

Следующей строкой после обращения принято обозначать тему письма сокращением Re: (англ. In reference to - относительно, что касается), в русском варианте - "касательно" или "кас." Например, "Re: В ответ на ваш телекс от 19 мая 1999 г.". Если письмо связано только с одной темой, то ее можно обозначить и до обращения, сразу после адреса. Когда же переписка с партнером ведется по нескольким контрактам, то в таком случае имеет смысл непосредственно после обращения обозначить темы письма и этим разбить письмо на соответствующее число блоков. Например:

*Дорогой г-н Никсон,*

*Re: О лицензии на издание книги "Sunrise";*

*О продлении прав на издание журнала "Image";*

*О перспективах сотрудничества на 2000 г.*

Более современно заголовок к тексту письма просто подчеркивать или написать его заглавными буквами. Сейчас все большую популярность приобретает так называемый цельноблочный стиль, при котором абзацы не начинаются с отступлением на пять знаков (с красной строки), а даются вровень с левым полем страницы, так же как и внутренний адрес, заголовок к тексту письма, вступительное обращение и заключительная формула вежливости. Для отделения одного абзаца от другого каждый новый абзац печатается не через 2, а через 3-4 интервала.

Завершать официально деловое письмо следует словами: "Весьма искренне Ваш" (Very truly yours). В других случаях пишут: "Искренне Ваш" (Sincerely yours) или "Преданный Вам", "С уважением", "С наилучшими пожеланиями", "Примите мои наилучшие пожелания" (My best regards). Неофициальное деловое письмо можно также завершить словом "Ваш" (Your) перед подписью. Подписывая деловое письмо, нужно употребить ту же форму имени, которую использовали в обращении к получателю.

Как уже сказано выше, деловое письмо начинают с обращений: "Уважаемый г-н" (Dear Sir); "С уважением" (Your faithfully); "Уважаемый г-н Никсон" (Dear Mr. Nickson); "Искренне Ваш" (Sincerely yours); "Многоуважаемый г-н Никсон" (My Dear Mr. Nickson); "С искренним уважением" (Very truly yours).

При обращении и в концовке письма учитывается принцип взаимности, особенно это касается ответов на письма. В ответном письме используются те же выражения, что и в присланном. В самом конце письма ставится подпись с указанием под ней фамилии и должности отправителя. В большинстве стран подпись на письме ставится с правой стороны листа, как раз под заключительной формулой вежливости.

Если заключительные слова вежливости расположены с левой стороны (это практикуется в Германии), то подпись ставится с левой стороны под ними. Фамилия подписывающего письмо печатается под его рукописной подписью. Расстояние между завершающими словами вежливости и напечатанной на машинке фамилией - 2-2,5 см, при этом имя лучше написать полностью.

Если после того, как письмо уже было написано, срочно надо сообщить о событиях, которые произошли позже, то в конце письма ставится P. S. (постскриптум) и дописывается необходимая информация. В конце постскриптума снова ставится подпись. Желательно постскриптумом в деловых письмах не злоупотреблять. В случае, когда к письму прилагаются какие-либо материалы или документы, они обычно перечисляются в левой нижней части письма отдельной строкой после слова "Приложение" (Enclosure). Например:

*Приложение: І. Контракт (5 л)*

*2. Сертификат товара (3 л).*

Указание на рассылку копий (Carbon copy или CC) занимает отдельную строку под Приложением и появляется в письме, когда возникает необходимость направить его по нескольким адресам. Например:

*Копия: Г-ну И. Кирсанову "Гута банк".*

Если деловое письмо написано не на бланке, а на обычном листе белой бумаги, ниже подписи следует указать название вашей фирмы или компании.

Если вы хотите послать письмо лично какому-либо работнику фирмы, в таком случае после фамилии на конверте следует поставить "лично" (Private - Англия, Personal - США, Confidential - Англия и США), при отсутствии такого обозначения письмо вскроет в случае отсутствия адресата его заместитель.

После фамилии адресата пишется название фирмы, в которой он работает, ее почтовый адрес: номер дома, название улицы (именно в таком порядке). И заключают адрес название города, штата (графства, кантона и т.п.), почтовый индекс и страна.

Если адресат отсутствует, а фирме-отправителю известно его местопребывание, то перед названием фирмы обычно пишется сокращение: Care of (c/o), обозначающее "На попечение или для передачи адресату".

Если письмо адресовано фирме, а вам нужно, чтобы кроме руководителей его просмотрел кто-либо еще из сотрудников фирмы, то после адреса внизу ставится обозначение: Attention of Mr… ("Вниманию г-на…"). При пересылке в конверте небольших брошюр, буклетов пишут: "Печатная продукция" (By Book Post или Printed Matter).

## 1.4 Личное письмо

Есть три вида личных писем, которые необходимо всегда писать от руки. Если только по какой-то причине написать письмо невозможно (например, из-за травмы), тогда можно отпечатать на машинке или распечатать на принтере. Этими письмами являются письма с выражением соболезнования, приглашения и ответы на них, благодарственные записки.

В России письма чаще всего пишут на простой белой бумаге или на специальной бумаге для писем с какими-нибудь рисунками, которую можно купить в магазине (крайне неряшливо выглядят письма, написанные на листке, вырванном из тетради). Во многих странах к бумаге для личных писем более трепетное отношение, подчас заказывают личные именные бланки с тиснением, монограммой и гербом.

Бумага в зависимости от качества может стоить довольно дорого, но для ответов на приглашения и для выражения соболезнования стараются использовать именно ее. Принято различать даже мужской и женский бланки для писем, женский обычно меньше по размеру и может быть не только белого, но и кремового, бледно-голубого и других светлых оттенков.

В центре либо в верхнем левом углу листа, как правило, указываются инициалы, имя или адрес с почтовым индексом и номером телефона отправителя.

Обратный адрес следует повторить на бумаге для письма независимо от того, что он указан на конверте, на случай, если конверт выбросят, а письмо сохранят. Обычное место для обратного адреса - правый верхний угол первой страницы письма. После адреса всегда ставят дату написания письма. Если письмо написано на бланке и адрес уже отпечатан на нем тисненым или обычным шрифтом, достаточно только в правом верхнем углу проставить дату письма.

Заключительная часть письма (форма вежливости), так же как и обращение, зависит от близости отношений с адресатом. Лучшее окончание для официального личного письма "Искренне Ваш". Этими словами принято заканчивать письмо к не очень близкому другу, с которым вы давно не встречались. "С любовью", "Любящий" - самые распространенные концовки для дружеских писем. "С благодарностью" - такое выражение ставится в конце письма, если адресат оказал вам какую-либо реальную услугу.

В остальных случаях при написании благодарственных писем принято употреблять следующие выражения: "С искренней привязанностью", "С горячей любовью", "Искренне Ваш". Дружеские письма подписывают тем именем, под которым вас знает адресат. Если вы опасаетесь, что адресат не узнает вас по почерку или из текста письма ему будет неясно, кто написал письмо, то поставьте в конце письма свои имя и фамилию полностью, неразборчивая подпись только затруднит ситуацию.

Адрес на конверте, отправляемом за рубеж, пишется не так, как принято в России: сначала пишут фамилию и имя того, кому направлено письмо, затем номер дома и улицу и только потом город, штат и страну (для США очень важен индекс). Адрес получателя пишется дважды: на конверте с правой стороны внизу и в левом верхнем углу письма.

Обычно фирмы и организации направляют свою корреспонденцию в конвертах, на которых типографским способом обозначен их адрес. Если письмо вкладывается в конверт с прозрачным окошком, то адрес пишется один раз - в левом верхнем углу письма. Письмо складывается таким образом, чтобы адрес получателя просвечивал через окошко конверта. Фамилия адресата пишется с инициалами: первыми пишутся инициалы, а затем - фамилия. Вежливость требует поставить перед инициалами одно из сокращений: "г-ну" (господину), "г-же" (госпоже), или "г-дам" (господам) Эти сокращения не употребляются самостоятельно, без фамилии.

Если у адресата есть титул или звание, то вместо обращения "г-ну" можно их указать, причем такие звания и титулы, как генерал, полковник, профессор или президент, предпочтительно писать полностью, особенно на конверте письма. Во всех западноевропейских странах, так же как и в США, в устном и письменном обращении опускать титулы и звания считается невежливым. Однако писать и говорить "господин + титул или звание + фамилия" принято лишь в Германии. В Англии часто употребляется вежливое обращение "эсквайр", сокращенно "эск." (Esquire - Esq), например: "Джону Смиту, эск."

Причем обращение "эсквайр" никогда не употребляется в совокупности со словом "господин". В США, как правило, следуют английской практике переписки, однако английская форма обращения "эсквайр" не употребляется. В США и Англии, если адресат - замужняя дама, то пишется имя и фамилия ее мужа, а в адресе писем незамужним дамам всегда должно указываться их имя. Во Франции, так же как и в Англии, дворянский титул адресата всегда указывается в адресе, однако его не принято упоминать в тексте письма.

Искусством писать письма владеют далеко не все. Когда человек пишет письмо, он должен думать не о себе, а о том, кому оно адресовано. Чтобы возникло волшебное ощущение беседы с помощью письма, нужно использовать некоторые приемы, например, употреблять в личных письмах характерные для вашей речи обороты; периодически упоминать имя человека, кому адресовано письмо, это создаст эффект разговора; не стоит думать слишком долго над тем, как именно выразить свою мысль, так создается впечатление, что вы действительно беседуете со своим другом; краткий рассказ намного интереснее долгого "переживания", не стоит об этом забывать.

На полученное письмо по правилам этикета требуется ответить в течение недели. Если письмо получено в присутствии посторонних, его нужно распечатать и мельком взглянуть на текст, оставив внимательное прочтение на потом. Давать адресованное вам письмо другому человеку на принято. Абсолютно недопустимо вскрывать и читать письма, адресованные другому человеку, пусть даже и самому близкому.

## 1.5 Рекомендательное письмо

Рекомендательные письма были обязательны в дореволюционной России, например, при устройстве на работу, затем эта традиция была утрачена (ее в некотором смысле заменили характеристики с последнего места работы), а за рубежом она не прерывалась. Сейчас она снова возрождается в России.

Если вы даете рекомендательное письмо тому, кого знаете лично, оно приобретает форму делового, поэтому его следует напечатать на машинке и адресовать конкретному лицу. В письме должно содержаться неявное одобрение рекомендуемого и подразумеваться просьба обратить внимание на этого человека. Однако рекомендательные письма не стоит давать тому, кто рекомендации не заслужил.

Идеальное рекомендательное письмо состоит из четырех разделов:

вводного, в котором вы представляетесь адресату и в сжатой форме описываете обстоятельства знакомства с рекомендуемым вами лицом;

характеристики, в которой приводятся сведения об образовании, уровне подготовки и опыте рекомендуемого, его черты характера и способности, которые могут пригодиться той фирме, куда соискатель стремится попасть;

просьбы ознакомиться с прилагаемым послужным списком (резюме) и краткими анкетными данными, а также назначить рекомендуемому лицу встречу для собеседования;

заключительного, где вы выражаете свою признательность. Иногда вместо рекомендательного письма достаточно визитной карточки с пометкой: "Рекомендую вам Джека Уайта".

Рекомендовать можно не только для устройства на работу, а также одних своих знакомых - другим, своего друга - родственникам и т.п.

## 1.6 Благодарственное письмо

Во многих странах благодарственные письма являются необходимым элементом общения. Не прислать благодарственное письмо за приглашение, поздравление, оказанное гостеприимство - значит проявить себя крайне невоспитанным человеком, с которым потом не будут поддерживать отношения.

В России сейчас такие письма на уровне личного общения распространены очень мало, однако надо учитывать, что для поддержания хороших деловых отношений с иностранными партнерами владеть культурой благодарственных писем совершенно необходимо. За оказанные услуги всегда нужно благодарить письмом или лично.

Считается обязательным элементом этикета отправить благодарность за свадебные подарки, даже если благодарность уже была выражена устно, причем не позднее чем через три месяца, а лучше сразу же после получения подарка. Письмо с благодарностью за оказанное гостеприимство высылается в течение недели после отъезда.

## 1.7 Поздравительные письма

На все поздравительные письма, за исключением стандартных или официальных, необходимо посылать ответы. Поздравительные письма отправляют по поводу помолвки и оформления брака, при рождении ребенка, в связи с продвижением по службе или другими достижениями. Письмо с поздравлением по случаю вступления в брак принято отправлять в течение восьми дней с момента получения сообщения об этом событии.

Письмо с выражением соболезнования

В России письма с выражением соболезнования обычно пишут от руки, стараясь, чтобы письмо не получилось черствым и официальным. Можно также отправить телеграмму с теплыми словами утешения. За рубежом часто присылают по поводу смерти знакомого (но не родственника) стандартную, напечатанную типографским способом открытку, куда только вписывают имя, от кого эта открытка. Обычно это нужно сделать в течение 10 дней с момента получения сообщения о случившемся.

## 1.8 Открытка

Цветные открытки, в изобилии продающиеся во всем мире, предназначены для того, чтобы посылать короткие приветы и сообщения о себе из путешествия, отпуска, поздравления к празднику или дню рождения, они служат приятным знаком внимания со стороны родственников и друзей.

Сейчас появилось большое число открыток с уже напечатанным красивым шрифтом текстом поздравлений и пожеланий по самым разнообразным поводам. На таких открытках обязательно нужно сделать маленькую приписку от руки, выразив личные чувства по праздничному поводу. Даже самое выразительное напечатанное стандартное послание не может компенсировать знаки личного внимания. Если открытка посылается от имени супружеской пары, то тот, кто ее пишет, обычно ставит свое имя последним. В англоязычных странах слова "мистер и миссис" в подписи на поздравительных открытках никогда не ставятся.

Если на фирме существует традиция отправлять клиентам и партнерам поздравительные открытки к Рождеству и Новому году, то их следует посылать не на домашний адрес получателя от лица президента или другого ответственного сотрудника фирмы, а на адрес офиса и от лица фирмы. Если партнер по бизнесу является одновременно вашим хорошим знакомым, то можно направлять поздравления ему и его жене на их домашний адрес, даже если вы с его женой незнакомы.

В том случае, когда открытка фирменная, т.е. на ней уже типографским способом напечатано название вашей фирмы, необходимо лично подписать каждую посылаемую открытку и неплохо добавить от себя хотя бы несколько слов, например: "Наилучшие пожелания в Новом году". Если этого не сделать, то поздравление лишится того чувства доброжелательности, которое оно должно символизировать.

## 1.9 Телеграмма

Телеграммы как способ корреспонденции появились около ста лет назад, и за это время устоялись определенные правила их текста. При передаче телеграммы оплачивается каждое слово, поэтому текст телеграмм обычно не имеет знаков препинания, а составляется так, чтобы передаваемая информация была понятной при минимальном количестве слов. Если телеграмма отправляется за рубеж и пишется, например, на английском языке, можно опускать артикли, некоторые предлоги и другие служебные слова, однако нужно следить, чтобы в результате такой экономии смысл оставался понятным.

Обычно в телеграммах опускают слова приветствия и прощания, поскольку основная цель телеграммы - донести срочную информацию. Кроме того, можно использовать некоторые общепринятые сокращения (такие как официальные сокращения названия стран, штатов в США, названия графств в Великобритании и проч.).

## 1.10 Факс и электронная почта

Одним из самых быстрых способов передачи информации, в частности документации, является отправление информации по факсу. Для этого используются факсимильные копировальные аппараты (телефаксы). С их помощью можно за 12 сек. Отправить посредством каналов факсимильной связи точную копию какого-либо документа: контракт, запрос, диаграмму, фотографию и т.п., если он срочно требуется, например, фирме-партнеру для изучения или обсуждения.

Если у фирмы есть такой способ связи, то на ее бланке в заголовке вместе с номером телефона дается и номер факса. Обычно телефаксное сообщение оформляется в виде делового письма, в котором даны все необходимые реквизиты: дата, внутренний адрес, обращение, заключительная формула вежливости и т.п. Стилистически такие сообщения могут быть менее официальными, чем деловые письма.

Электронная почта (E-mail) - способ моментальной передачи информации. При передаче информации с помощью этого средства связи нужно следить за тем, чтобы сообщение не содержало информации, не предназначенной для чужих глаз, максимально соответствовало форме печатных документов и было кратким. Существующая модель электронной почты предполагает два концептуальных уровня обработки сообщений. Отправитель (или источник) создает электронное сообщение и передает его на первый уровень обработки агенту-пользователю, который от имени отправителя передает его на второй уровень транспортному агенту.

Последний передает сообщение транспортному агенту следующего почтового сервера и т.д., пока оно не попадет транспортному агенту адресата. Полученное сообщение передается агенту-пользователю получателя для хранения. Получатель может обратиться к агенту-отправителю для того, чтобы прочитать сообщение, сохранить или ответить на него.

Сообщения, принимаемые транспортным агентом, имеют специальный формат, детали которого зависят от особенностей почтового протокола. При обмене сообщениями формат должен быть известен всем агентам.

## Заключение

Современные формы деловой переписки, принятые теперь в международном общении, сложились около 150 лет назад в Англии. Именно там зародились основные правила этикета составления корреспонденции. Эпистолярный жанр был очень популярен в ХІХ - начале ХХ в., до появления других форм корреспонденции.

В России за советское время культура составления личных и деловых писем была утрачена. Нормальную деловую переписку часто заменяли циркуляры или письма без строгой формы, в то время как за рубежом формальным сторонам деловой и личной корреспонденции по-прежнему уделялось большое внимание. Чтобы не упасть в грязь лицом и не испортить по неведению хороших взаимоотношений с иностранными партнерами, обязательно нужно соблюдать этикет переписки. Безусловно, сейчас значительная часть информации передается с использованием электронных средств связи, но любому человеку всегда приятно получить написанные рукой друга письма, различного рода открытки, красиво выполненные приглашения. Соблюдение правил переписки добавит дополнительные плюсы к как деловому, так и личному имиджу.

## Список использованной литературы

1. И.Н. Кузнецов Современный этикет, 2003
2. А.Л. Захаров Этикет и Бизнес, 2001
3. Н.А. Егорова Правила этикета, 2004