**МОСКОВСКИЙ ГУМАНИТАРНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ**

Факультет экономики и управления

**Р Е Ф Е Р А Т**

по курсу: **ДЕЛОВОЕ ОБЩЕНИЕ**

На тему: **«Культура и этика делового человека»**

Выполнила: студент-заочник

 группа № ББ341

Проверил:

 Бологое 2009

**Содержание**

|  |  |
| --- | --- |
| Введение | 3 |
| 1. Сущность этики делового общения и ее основные принципы | 5 |
| 2. Культура делового общения | 7 |
| 3. Имидж делового человека | 9 |
| 4. Внешний облик делового человека | 11 |
| Заключение | 13 |
| Список используемой литературы | 15 |

**Введение**

Умение вести себя в обществе — одно из условий успеха в любом бизнесе.

Повседневный этикет делового человека — это, прежде всего культура общения, базирующаяся на четырех основных правилах, принятых в среде хорошо воспитанных людей во всех странах: вежливость, тактичность, естественность и достоинство, которые, в свою очередь, конкретизируются в ряде этикетных требований к манерам и формам общения деловых людей в различных этикетных ситуациях.

Всякий раз, когда мы обращаемся к вопросам культуры общения, невольно возникает вопрос: этикет и культура общения — это одно и то же или нет, как они связаны между собой? Отвечая на него, можно сказать, что этикет — это ядро, центр культуры общения, он организует и регламентирует общение по своим законам и правилам.

Само понятие «культура общения» значительно более емкое понятие, чем «этикет». Этикет представляет собой образец, идеал коммуникативного поведения, а культура общения — его реальность со всеми положительными и отрицательными проявлениями. Поэтому, строго говоря, некультурного общения нет, и не может быть. Есть лишь антиэтикетное и этикетное общение.

Культура бизнеса имеет большое содержание, состоящее в степени владения людьми навыками делового поведения. Она предполагает не простое заучивание тех или иных правил, а превращение их в привычку, само собой разумеющиеся формы поведения. Важная роль в культуре бизнеса отводится правилам делового этикета. Жорж Санд как-то сказала, что бедность избавляет от этикета[[1]](#footnote-1). Деловые отношения, напротив, обязывают соблюдать этикет.

Деловой этикет — это свод правил поведения в сфере деловых, предпринимательских, служебных отношений. Но поскольку деловому человеку в ходе решения своих задач нередко приходится выходить за рамки чисто служебных отношений, постольку ему важно уметь соблюдать правила этикета и в других сферах отношений, например при посещении, или организации различных приемов, приглашении в гости или приеме гостей и т.п., то этикет делового человека несколько шире по содержанию, чем просто этикет.

Почти все требования этикета утилитарны, практичны, а не надуманы. Следуя им, человек экономит время, энергию, нервы, а нередко и деньги. И как доказано практикой, соблюдение этикета деловых отношений, в конечном счете, весьма выгодное.

Целью данной работы является проанализировать этические принципы в деловом общении, с учетом того что деловой этикет включает точное соблюдение правил культуры поведения, которая предполагает в первую очередь глубокое уважение человеческой личности.

**1. Сущность этики делового общения и ее основные принципы.**

*Этика делового общения* - учение о проявлении морали и нравственности в деловом общении, взаимоотношениях деловых партнеров[[2]](#footnote-2). В основе этики делового общения должна быть координация, а по возможности и гармонизация интересов.

Этика деловых отношений является профессиональной этикой, регулирующей систему отношений между людьми в сфере бизнеса.

Принципы этики деловых отношений, т.е. профессиональной этики, дают конкретному сотруднику в любой организации концептуальную этическую платформу для решений, поступков, действий, взаимодействий.

*Общепринятым принципом* является центральное положение так называемого золотого стандарта: «В рамках служебного положения никогда не допускать по отношению к своим подчиненным, к руководству и коллегам своего служебного уровня, к клиентам и т.п. таких поступков, каких бы не желал видеть по отношению к себе»[[3]](#footnote-3)

*Второй принцип* требует обязательного исправления этического нарушения независимо от того, когда и кем оно было допущено.

Согласно *четвертому принципу*, называемому принципом максимума прогресса, служебное поведение и действия сотрудника признаются этичными, если они способствуют развитию организации (или ее подразделений) с моральной точки зрения.

Сущность *пятого принципа* в следующем: этичным является терпимое отношение сотрудников организации к моральным устоям, традициям и прочим, имеющим место в других организациях, регионах, странах.

*Шестой принцип* напоминает, что не следует бояться иметь собственное мнение при решении любых служебных вопросов. Однако нонконформизм как черта личности должен проявляться в разумных пределах.

*Седьмой принцип* - никакого насилия, т.е. «нажима» на подчиненных, выражающегося в различных формах, например, в приказной, командной манере ведения служебного разговора.

*Восьмой принцип* настоятельно рекомендует стремиться к бесконфликтности.

Принципы этики деловых отношений должны служить основанием для выработки каждым сотрудником любой фирмы собственной личной этической системы.

 Перечень принципов может быть продолжен с учетом специфики деятельности той или иной организации.

 Общеупотребительно требование отношения к клиенту, посетителю, покупателю и т.д., как к субъекту, а не объекту профессиональной деятельности, недопустимость манипулирования, введения людей в заблуждение, во многих профессиях понимается как принцип «информированного согласия».[[4]](#footnote-4) Информированное согласие означает максимальную информацию, предоставляемую специалистами и касающуюся здоровья, времени, материальных затрат, возможных последствий или потерь, утрат возможностей или морального вреда достоинству.

 Общим для всех профессий является принцип сохранения профессиональной тайны, конфиденциальности сведений о клиентах, информационных запросах, услугах, технологиях, рецептах.

 Уважение прав собственности - важный принцип профессиональной этики.

Культура устной и письменной речи часто бывает сердцевиной профессиональной этики. Важными показателями ее является стиль общения, функциональная грамотность.

**2. Культура делового общения.**

Чтобы успешно вести переговоры, независимо от их уровня и масштаба, необходимо овладеть культурой делового общения, т.е. системой понятий, ценностей и норм, которая бы стала средством успешного общения участников переговоров - государственных деятелей, политиков, дипломатов, деловых людей.

Модель переговоров обычно включает:

- приветствие участников и введение в содержание переговоров;

- взаимное уточнение позиций, интересов, концепций участников;

- диалог участников;

- согласование позиций и подведение итогов;

- принятие решения (договоренностей) и завершение переговоров.[[5]](#footnote-5)

Важно помнить о том, что опаздывать на переговоры недопустимо. Это может отрицательно сказаться на имидже фирмы и повредить самому ходу переговоров.

Не рекомендуется принимать посетителей, сидя за столом. Гораздо лучше выйти из-за стола и сделать несколько шагов навстречу гостям или же встретить их при входе в кабинет или комнату для переговоров. Когда переговоры проходят в офисе одного из участников, то его сотрудник (референт или помощник) должен встречать гостей у входа.

Переговоры начинаются с приветствия и представления. Первым представляется глава принимающей делегации, затем - глава приехавшей. После этого главы делегаций представляют своих сотрудников, право первенства при этом принадлежит принимающей делегации. Членов делегации представляют «по убывающей», начиная с тех, кто занимает более высокое положение, при этом можно обмениваться визитными карточками. Если делегация очень большая, то каждому участнику вручается список делегаций, по возможности с указанием полных имен и должностей.

Участники переговоров рассаживаются так, чтобы члены каждой делегации, занимающие примерно равное положение, сидели друг напротив друга. Первым садится за стол переговоров глава принимающей стороны, которому принадлежит инициатива ведения переговоров. Он начинает беседу, предоставляет слово другим членам своей делегации, экспертам, советникам, следит, чтобы не было пауз в ходе переговоров, которые могут быть восприняты как сигнал к их окончанию. Прерывать или перебивать выступающих не принято, вопросы задают по окончании выступления. В случае уточнения какой-либо детали следует извиниться и свое высказывание в момент выступления сделать максимально кратким и конкретным.

Во время переговоров могут быть поданы кофе, чай или же устроен непродолжительный перерыв для кофе.

Кроме того, в ходе переговоров для проработки отдельных вопросов делегации могут образовывать экспертные рабочие группы из состава входящих в делегации специалистов, которые при необходимости удаляются в отдельную комнату, согласовывают возможное решение или пункт в итоговом документе и излагают результаты работы главам делегаций.

По окончании встречи необходимо попрощаться с партнером. Если делегации большие, то прощаются их главы, ограничиваясь вежливым легким поклоном остальным членам делегации.

**3. Имидж делового человека.**

Под имиджем обычно понимают сформировавшийся образ делового человека, в котором выделяются целостные характеристики и черты, оказывающие определенное воздействие на окружающих. Имидж складывается в ходе личных контактов человека, на основе мнений, высказываемых о нем окружающими.

Имидж обладает следующими свойствами:

- имидж – это сознательное явление, он не существует только на уровне отдельного человека, т.е. объект должен быть известен какой-либо группе людей (партнеров, потребителей, клиентов и т.п.);

- благоприятный имидж должен иметь точный адрес, вызывать к себе интерес, привлекать определенные группы партнеров;

- имидж активен по своей сути, он способен воздействовать на сознание, эмоции, деятельность, как отдельных людей, так и целых групп;

- имидж не является чем-то однажды заданным, сформированным; он динамичен, его атрибуты преобразуются, видоизменяются в соответствии с изменениями в самом себе;

- имидж должен быть пластичным, оперативно изменяться, откликаясь на экономические, психологические, социальные условия;

- имидж должен быть правдоподобным (соответствовать тому, что есть на самом деле или производить такое впечатление), в противном случае имиджу не верят, и он не достигает поставленной цели.

Во многих случаях имидж – это результат умелой ориентации в конкретной ситуации, правильного выбора модели поведения. Модель поведения – целостный комплекс знаков (речевых, неречевых, поведенческих), направленный на создание некоторого образа. Модель воспринимается как единое целое. Выбор модели поведения – это воспроизводство таких вариантов поведения, которые при повседневном общении помогают личности стать привлекательной.

Следование выбранной модели поведения не предполагает стереотипных действий, отсутствия в них темперамента, своеобразия мышления привычек. В повседневной жизни модели поведения у разных людей воплощаются по-разному. Но среди множества моделей имеются такие, которые становятся предметом специального изучения. В первую очередь, это этикетные модели.

Взаимодействие людей, в том числе и деловое, в различных ситуациях издавна регулировалось и упорядочивалось нормами и правилами этикета. Этикет – это совокупность правил поведения, регулирующих внешние проявления человеческих взаимоотношений (обхождение с окружающими, формы общения и приветствия, поведение в общественных местах, манеры и одежду). Этикет, как и общение, можно условно разделить на деловой и неофициальный. Деловой этикет регламентирует поведение людей, связанное с выполнением ими служебных обязанностей.

**4. Внешний облик делового человека.**

 Следует помнить, что внешний облик делового человека – это первый шаг к успеху, поскольку для потенциального партнера костюм служит кодом, свидетельствующим о степени надежности, респектабельности и успеха в делах.[[6]](#footnote-6)

Есть ряд правил, касающихся внешнего вида. Прежде всего - это чистота кожи, волос, одежды, обуви, умеренное потребление парфюмерии, декоративной косметики и скромные украшения.

Одежда должна соответствовать сфере деятельности данной фирмы. Продуманный стиль в одежде сотрудников фирмы может существенно улучшить ее имидж. Сотрудникам крупных компаний с более формальной системой общения и иерархией в управлении лучше носить официальный деловой костюм, хорошо выглядеть и использовать соответствующие аксессуары.

 В небольших фирмах к имиджу сотрудников предъявляется меньше требований. Однако тут следует учитывать тот факт, что чем моложе компания, тем увереннее и стабильнее она должна выглядеть и поэтому сотрудникам молодых динамичных фирм рекомендуется быть более демократичными в выборе собственной одежды.

То, как должна выглядеть женщина на работе, определяется характером учреждения, где она служит. Имидж, что приемлем для сотрудницы дома моделей, может быть совершенно неприемлемым для банковской служащей. Манера одеваться отражает не только собственное мнение о самой себе, но и то, на какое отношение претендует женщина со стороны окружающих. Если она хочет показать сослуживцам, начальству, заказчикам и клиентам, что она причисляет себя к бизнесменам высокого класса, то в таком случае ей не стоит носить на работе слишком короткие юбки и глубоко декольтированные блузки.

При выезде на конференции и деловые встречи, которые часто проводятся в отелях или пансионатах, следует взять с собой одежду, подходящую для разных ситуаций, в том числе и спортивную. В таких случаях к одежде относятся более свободно, и строгий деловой костюм могут заменить блузка с юбкой или брюками, трикотажные вещи. Если в программе предусмотрены вечерние приемы, следует также взять подходящий туалет.

Мужчинам при поездках за город на конференции рекомендуется взять одежду спортивного покроя. Нелишним будет взять с собой и выходной пиджак, если планируется проведение официального приема.

 Выбирая одежду, следует помнить о том, что отдельные детали должны гармонировать друг с другом. Вообще, в отношении моды деловой мир достаточно консервативен. Одежда предпочитается не столько модная, сколько престижная. Нужно обладать тонким чувством меры, чтобы сохранить баланс между модой и излишней консервативностью. Неаккуратность в одежде и престиж несовместимы.

 Плохое впечатление на окружающих производят броские ювелирные украшения, волосы на груди, виднеющиеся через расстегнутую или слишком тонкую рубашку, чересчур прилизанные жирные волосы на голове. Усы и борода должны быть ухоженными и подстриженными.

**Заключение**

Умению говорить, или ораторскому искусству, обучали еще в античности. Оно предполагает умение точно сформулировать свои мысли, излагать их доступным для собеседника языком, ориентироваться в общении на реакцию собеседника. Конечно, разговор по канонам античной риторики сейчас будет выглядеть экстравагантно, но, тем не менее, для успешного делового общения жизненно необходимо овладеть основами культуры речи. Речь в деловом общении направлена на то, чтобы убедить собеседника в своей точке зрения и склонить к сотрудничеству.

Деловое общение – необходимая часть человеческой жизни, важнейший вид отношений с другими людьми. Вечным и одним из главных регуляторов этих отношений выступают этические нормы, в которых выражены наши представления о добре и зле, справедливости и несправедливости, правильности или неправильности поступков людей. И общаясь в деловом сотрудничестве со своими подчиненными, начальником или коллегами, каждый, так или иначе, сознательно или стихийно опирается на эти представления. Но в зависимости от того, как человек понимает моральные нормы.

Основные принципы деловых отношений дают конкретному сотруднику в любой организации этическую платформу для решений, поступков, действий, взаимодействий. Принципы служат основанием для выработки каждым сотрудником любой фирмы собственной личной этической системы.

Культура поведения – поступки и формы общения людей, основанные на нравственности, эстетическом вкусе и соблюдении определенных норм и правил.

Важными показателями культуры устной и письменной речи являются стиль общения, функциональная грамотность.

Для делового человека очень важен его внешний вид. Необходимо помнить, что одежда отражает и подчеркивает индивидуальность, характеризует делового человека как личность. Выбор одежды должен быть обусловлен сферой деятельности и занимаемой должностью.

Немало важным является знание национального стиля ведения деловых переговоров, что может способствовать успеху заключения более удачной сделки. Чтобы не совершать ошибок, необходимо изучать этические и культурные особенности своих партнеров, сослуживцев, подчиненных, конкурентов.

К сожалению, российские деловые люди до сих пор не придают серьезного значения этим аспектам своей деятельности. Необходимо подчеркнуть, что соблюдение делового этикета, умение культурно вести себя особенно важно при работе с представителями иностранных фирм, при выезде для заключения сделок за границу.

**Список используемой литературы**

1. Ботавина Р.Н. Этика деловых отношений: Уч. пособие.- М.: Финансы и статистика, 2004

2. Бороздина Г.В. Психология делового общения: Уч. пособие.-М.: ИНФРА-М, 2004

3. Венедиктова В.И. О деловой этике и этикете. – М.: «Правовая культура», 2005.

4. Маркичева Т.Б., Ножин Е.А. Деловое общение: практические рекомендации.- М.: Из-во РАГС, 2007

5. Опалев А.В. Умение обращаться с людьми... Этикет делового человека. – М.: Культура и спорт, ЮНИТИ, 2006.

6. Протанская Е.С. Профессиональная этика делового поведения.: Уч. пособие.-СПб.: Алетейя, 2003. С. 84

7. Психология и этика делового общения: Учебник для вузов/ Под ред. В.Н. Лавриненко.-3-е изд., пер. и доп.- М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2001

8. Этика деловых отношений: Учебник/ Под ред. А.Я. Кибанова. – М.: ИНФРА-М, 2003

1. Опалев А.В. Умение обращаться с людьми … Этикет делового человека. – М.: Культура и спорт, ЮНИТИ, 2006, с. – 4. [↑](#footnote-ref-1)
2. Психология и этика делового общения: Учебник для вузов/ Под ред. В.Н. Лавриненко.- 3-е изд. изм. пер. и доп.- М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2001. С. 319 [↑](#footnote-ref-2)
3. Ботавина Р.Н. Этика деловых отношений: Уч. Пособие.-М.: Финансы и статистика, 2004. С.5

 [↑](#footnote-ref-3)
4. Протанская Е.С. Профессиональная этика делового поведения.: Уч. пособие.-СПб.: Алетейя, 2003. С. 84 [↑](#footnote-ref-4)
5. Маркичева Т.Б., Ножин Е.А. Деловое общение: практические рекомендации.- М. Изд-во РАГС, 2007 С.33 [↑](#footnote-ref-5)
6. Этика деловых отношений: Учебник/под ред. А.Я. Кибанова. – М.: ИНФРА-М, 2003, с.287 [↑](#footnote-ref-6)