

Министерство образования и науки Российской Федерации
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ПРОМЫШЛЕННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ И ДИЗАЙНА»

Кафедра теории и истории искусств

Основные элементы делового этикета

Студентки 3 курса 3-ДДА-1 группы
Институт дизайна и искусств
А. В. Дементьевой

Санкт-Петербург
2017



План:

1. Приветствия. Представления. Обращения. Субординация.
2. Визитные карточки.
3. Деловые подарки и сувениры.
4. Этикет в культуре внешности.

1.Приветствия. Представления. Обращения. Субординация.

1) Приветствие – это первая демонстрация
ВЕЖЛИВОСТИ.



Если вежливые формулировки исчерпаны, можно лишь улыбнуться, но не делать вид, что не заметили человека.



Тот, кто показывает свое лицо, производит дружелюбное впечатление.

Если приветствие голосом нецелесообразно (большое расстояние между людьми и др.), то **обмениваются поклонами.**

В России мужчины **приветствуют друг друга рукопожатием.**

Сидящий мужчина должен встать при входе женщины, поприветствовать ее, предложить ей сесть.

Придя в гости, в первую очередь, здороваются с хозяйкой и хозяином, затем с гостями.



Таким образом, согласно правилам вежливости, первым приветствует:

- мужчина – женщину;
- младший – старшего;
- проходящий – стоящего;
- опаздывающий – ожидающего;
- входящий – находящихся в помещении.

Приветствие служит для установления контактов, знакомств.

2) **Представление.** Для того, чтобы познакомиться с кем-либо или познакомить кого-то, следует представиться или представить.

Предусмотренные этикетом правила указывают, когда и как необходимо представить или быть представленным.

По последовательности представления предлагаются: две рекомендации:

- называют фамилию мужчины даме, затем фамилию дамы;
- называют фамилию более молодого, потом — старшего.



Представляющий, знакомя лиц одного пола, близких по возрасту и служебному положению, может воспользоваться формулировкой: «Познакомьтесь, пожалуйста, уважаемые коллеги», не акцентируя внимание на том, кто кому представлен.



5

После представления, для подтверждения знакомства, обычно принято обменяться несколькими любезными общими фразами, или непродолжительно побеседовать.

Началом общения является обращение. Оно выражается в адресации к собеседнику по имени, отчеству, фамилии, должностному или профессиональному признаку. Это обычное выражение вежливости, оказание уважения человеку.



Выбор формы обращения с позиций современного этикета зависит от нескольких условий.

- «Вы» - говорят незнакомым, малознакомым и уважаемым людям в официальной и неофициальной обстановке.
- В условиях официального общения принято обращение на «Вы», даже среди близких, хорошо знакомых людей.
- Молодой человек не может первым назвать на «Ты» более старшего, если последний не предложит первым называть его на «Ты»
- Важно, чтобы обращение на «Ты» не навязывалось в деловой сфере или личной жизни.
- Начальнику не следует называть подчиненных на «Ты», так как это воспринимается как покровительственное «тыканье».
- Подчиненные должны обращаться к начальнику на «Вы», независимо от степени близости и родства.

Обращение без имени – обращение формальное: будь то подчиненный или начальник, сосед или попутчик в общественном транспорте.



Обращение по имени отчеству – это обращение к личности. Такое обращение, приветствие говорит о культуре человека и создает ему репутацию деликатного, воспитанного, тактичного человека.

В деловых отношениях человек соблюдает **субординацию** (служебное подчинение младшего старшему).

Ко всем сотрудникам у руководителя должно быть ровное и выдержанное отношение, независимо от личных симпатий или антипатий.

Не злоупотребляют личными просьбами к подчиненным во избежание фамильярности во взаимоотношениях.

Соблюдение субординации вне службы (в театре, ресторане, на отдыхе и др.) нелепо.



2. Визитные карточки.

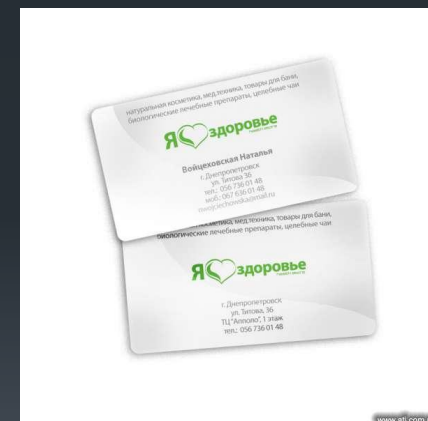
Визитная карточка — это карточка с именем, отчеством (у россиян), фамилией, указанием служебного положения, адресом, телефоном и другими сведениями о лице, вручающем или оставляющем ее при официальном знакомстве, посещении кого-либо и т.п.

Визитных карточек имеется несколько видов:

- стандартная;
- для специальных и представительских целей;
- для неофициального общения (семейная);
- карточка организации(фирмы) и др



В России распространены визитные карточки с двусторонним текстом: на русском языке с одной стороны и на иностранном – с другой.



Основные цели использования визитных карточек:

- Мягкая ненавязчивая форма проявления интереса к адресату;
- сообщение дополнительной информации о себе и своей фирме в момент знакомства;
- поддержание контактов:
 - поздравления с праздниками и событиями;
 - выражение признательности, благодарности;
 - сопровождение подарка, сувенира, цветов;
 - выражение соболезнования.

Запись делают в левом нижнем углу простым карандашом, обязательно в третьем лице.

Например: «Благодарит за новогодние поздравления», «Выражает соболезнование по случаю ...».

Раньше была распространена международная символика (сокращения французских слов).

Сегодня они стали редкостью, но все-таки используются. Значение этих сокращений:

p.f. (pour feliciter) - **поздравляет; поздравляет по случаю Нового Года;**

p.r.f.N.a. - **благодарит и поздравляет с Новым Годом** (поздравление получено раньше, поэтому надо поблагодарить и поздравить, если праздник еще не прошел);

p.c. (pour condolences) - **выражают соболезнование;**

p.r.p. (pour prendre part) – **с выражением соболезнования и готовностью помочь;**

p.p.c. (pour prendre conge) – **прощается при отъезде из страны.**



Визитные карточки с сокращениями **p.c.**, **p.p.p** и **p.f.** дают ответ своей визитной карточкой с сокращением **p.r** (pour remercier) , что означает «спасибо».

Если проходит несколько дней после праздника, то употребляют сокращения о благодарности и пожелания счастья, например, **p.r.p.f.**

Чтобы представить людей друг другу используют сокращение **p.p.** (pour presenter), что означает «**для представления**». При этом посредник пишет указанное сокращение на своей карточке и отправляет адресату две визитные карточки: свою и представляемого человека.



Визитными карточками обмениваются при знакомстве, а также оставляют при нанесении визита. **Завезенная лично визитная карточка – знак особого уважения.**

При знакомстве первым вручает свою визитную карточку гость, то есть тот, кто пришел в офис или, чье положение ниже, при равенстве должностей – младший по возрасту.



При получении визитной карточки произносят вслух фамилию ее хозяина, с целью избежать неправильного произношения.

При вручении визитной карточки принято называть свою фамилию и обмениваться легкими поклонами.

На приглашение или поздравление принято отвечать визитной карточкой.

Текст, написанный на ней, вынужденно краткий.

На визитной карточке не пишут заголовка, не ставят подписи.



- Деловому человеку рекомендуется иметь при себе не менее десяти визитных карточек.
- В соответствии с общепринятыми международными нормами наличие визитной карточки способствует деловому общению.



3. Деловые подарки и сувениры

Делать подарки – проявление внутренней культуры человека.



Во время первой встречи подарки вручают хозяева, в знак того, что его рассматривают как почетного клиента и предполагают длительные деловые отношения.



Самым популярным подарком являются цветы. Однако в Индии они не приняты в качестве подарка.

К посылаемому букету или корзине цветов следует приложить визитную карточку.



Не следует никому и нигде дарить иконы, носовые платки, часы, зеркала, ножи.



Во Франции женщинам не принято дарить духи, так как этот подарок означает очень интимные отношения. Гостям из Индии не дарят изделия из воловьей кожи, так как корова является священным животным. Мужчине не принято дарить галстук. Его мужчина выбирает себе сам.



Принимать подарки следует тактично. Получив подарок, надо поблагодарить за красивую упаковку. Затем развернуть и поблагодарить еще раз за приятный подарок.

4. Этикет в культуре внешности

Впервые увидев человека, люди непроизвольно обращают внимание на его внешность.

«Одежда составляет девяносто процентов всего того, что люди видят перед собой, когда смотрят на вас».



Культуру человека подчеркивает его одежда.
Она является, своего рода, визитной карточкой
человека.



- Большое значение имеет цвет одежды.
- Воздействие цветом – мощный психологический ход.



- Согласно данным М. Люшера, создателя широко известного в современной психодиагностике цветового теста, каждый цвет имеет свое психологическое значение.
- Одежда должна соответствовать месту, времени, характеру события.



- 
1. Приветствия. Представления. Обращения. Субординация.
 2. Визитные карточки.
 3. Деловые подарки и сувениры.
 4. Этикет в культуре внешности.



Спасибо за
внимание