

87.7
К89
СА-408073

ИНТЕРЕСНО ЗНАТЬ

Деловой ЭТИКЕТ

16+

КУЗНЕЦОВ ИГОРЬ НИКОЛАЕВИЧ

ИНТЕРЕСНО ЗНАТЬ

И.Н. КУЗНЕЦОВ

ДЕЛОВОЙ ЭТИКЕТ

ca-408073

Государственное бюджетное
учреждение культуры
«Оренбургская областная универсальная
научная библиотека им. Н.К. Крупской»

znanium

электронно-библиотечная система

Москва
ИНФРА-М
2025

ВВЕДЕНИЕ

Этикет — кодекс хороших манер и правил поведения людей дома, на работе, в транспорте, принятых в данном обществе. Само это слово произошло от французского *etiquette*. Этикет вообще — это совокупность правил поведения, регулирующих внешние проявления человеческих взаимоотношений. *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.

Хотя этикет в конечном счете выражает содержание тех или иных принципов нравственности, в традиционном обществе он, как правило, становится ритуалом, имеет чисто внешнюю, оторванную от своего нравственного содержания форму, строго канонизированный характер. Он выражается в сложной системе детально разработанных правил учтивости, четко классифицирует правила обращения с представителями различных классов и сословий, должностными лицами в соответствии с их рангом, правила поведения в различных кругах (придворный этикет, дипломатический этикет, этикет «высшего общества» и т.д.).

Слова «этика» и «этикет» воспринимаются как близкие по значению. И это естественно. К такому восприятию подталкивает не только сходство самих слов, но и теснейшая связь этих понятий. Однако на самом деле эти слова сблизились сравнительно поздно. На основе этого развилось более узкое значение — «записка с обозначением последовательности протекания церемониальных действий» и далее — «церемониал».

Многие считают, что правила этикета — никому не нужная формальность, своеобразный анахронизм. Но это далеко не так. На самом деле воспитанному человеку, знающему и соблюдающему правила этикета, гораздо легче живется в любом обществе.

Этикет — составная часть культуры человека и общества. В него входят требования, которые приобретают характер более или менее строго регламентированного церемониала и в соблюдении которых особое значение придается определенным нормам поведения. Кроме этого не стоит забывать, что этикет тесно связан с этикой — наукой о морали и нравственности. Кроме общепринятых правил этикета существует также этикет профессиональный, который обеспечивает наивысшую эффективность в выполнении профессиональных функций. От новичка он потребует строгого соблюдения отработанных и

проверенных правил делового общения, так как это облегчает выполнение профессиональных функций, способствует достижению поставленных целей.

В том или ином коллективе, группе работников, сотрудников, деловых людей складываются определенные традиции, которые с течением времени приобретают силу моральных принципов и составляют этикет данной группы, общности. Деловая сфера требует особых знаний и опыта, а также способности регулирования эмоциональных состояний, поэтому бизнесмен должен не только хорошо знать экономические закономерности и правила и уметь привлекать их на свою сторону, но и овладеть навыками межличностного общения, которое помогает добиваться желаемых результатов.

Важным условием для занятий предпринимательством и достижения успеха является знание своих сильных и слабых сторон и построение такой тактики поведения, которая усиливала бы индивидуальные достоинства и сглаживала личностные ограничения. Деловому человеку необходимы надежные знания делового этикета, особенно если есть желание установить прочные деловые отношения с зарубежными партнерами. Действуя в условиях рыночной экономики, деловые люди, предприниматели должны соблюдать определенные правила, диктуемые современной культурой рыночных отношений. Следует помнить, что деловой этикет включает точное соблюдение правил культуры поведения, которое предполагает, в первую очередь, глубокое уважение человеческой индивидуальности. Воспитанный, культурный предприниматель будет в равной степени уважительно относиться и к министру, и к рядовому техническому работнику, и к президенту компании, и к уборщице офиса, т.е. всем оказывать искреннее уважение.

В деловом общении различают речевой этикет — совокупность норм, которые нужно знать и применять в устном общении, и этикет поведенческий, подразумевающий правила организации и проведения официальных встреч и мероприятий.

По применению этикета в различных общественных сферах выделяются:

- придворный этикет (нормы поведения, установленные при дворцах монархов);
- дипломатический этикет (привила, соблюдаемые на дипломатических приемах, переговорах, визитах);
- военный этикет (нормы поведения военнослужащего);
- общегражданский этикет (совокупность правил, соблюдаемых в повседневной жизни);
- деловой (служебный) этикет и др.

Деловой этикет — это формы и методы этических и этико-психологических взаимоотношений в процессе трудовой деятельности.

Любому предпринимателю, бизнесмену в процессе управления приходится соблюдать не только общечеловеческий этический кодекс, но и следовать этикету делового человека, который включает нормы общения, приветствия, знакомства, деловые отношения, культуру делового протокола, внешний облик, манеры поведения и т.д.

Эта книга является своеобразным вводным курсом для тех, кто хочет повысить свою внутреннюю культуру и знания этикета, научиться взаимодействовать с другими людьми компетентно, корректно, грамотно, успешно. Знание правил этикета, касающихся различных сторон жизни, поможет в самых разных ситуациях избежать многих проблем, ошибок и напряженных моментов, оно является важнейшим показателем культуры управления и профессионализма делового человека во взаимоотношениях с людьми и в искусстве общения — основной форме человеческого бытия. Практически все проблемы деловой сферы тем или иным образом связаны с общением и этикетом, регулирующим это общение, потому как общение — это процесс передачи идей, мыслей и чувств. Общение является важнейшей формой взаимодействия деловых людей, от которой зависит успех дела.

1. ИМИДЖ СОВРЕМЕННОГО ЧЕЛОВЕКА

1.1. ЭТИКЕТ И ИМИДЖ

Под имиджем (от англ. *image* — образ) обычно понимают сформировавшийся образ делового человека (организации), в котором выделяются ценностные характеристики и черты, оказывающие определенное воздействие на окружающих. Имидж складывается в ходе личных контактов человека, на основе мнений, высказываемых о нем окружающими.

При прочих равных условиях люди легче принимают позицию того человека, к которому испытывают эмоционально-позитивное отношение, и наоборот, труднее принимают (и нередко отвергают) позицию человека, к которому испытывают эмоционально-негативное отношение.

Многие индивиды от природы обладают привлекательным имиджем, наделены обаянием. В значительной степени наше первоначальное впечатление о других людях складывается по их внешним данным. Однако отсутствие внешней привлекательности не должно мешать созданию благоприятного имиджа. Обаяние — это не столько визуальная привлекательность, сколько полнота доверия, душевная расположенность к людям.

Обретение привлекательного имиджа не самоцель, однако овладение им составляет весьма существенную личностную и профессиональную характеристику. От имиджа во многом зависит желание сотрудничать с конкретным человеком или фирмой. Привлекательный имидж является одним из факторов, определяющих деловой успех.

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.

Имидж — это комплексное образование, складывающееся из многих составляющих. Хорошую репутацию приобрести трудно, на это уходят годы, а утратить ее можно мгновенно и зачастую из-за пустяка: не ответив вовремя на телефонный звонок или письмо, не послав факс, которого ждут, проявив невоспитанность в любой форме.

Для привлекательного имиджа важно все — и культура речи, и манера одеваться, и интерьер офиса. И в прошлое, и в настоящее время невежды и грубые люди не обладали магией обаяния. Индивиду, имеющему дурной вкус, трудно рассчитывать на благоприятное впечатление.

Самоуверенность и стереотипное поведение негативно влияют на восприятие другими людьми личности, которая заинтересована в признании и доброжелательном к себе отношении. Во всех странах кодекс поведения хорошо воспитанного человека включает по меньшей мере четыре основных правила: вежливость, естественность, достоинство, такт.

Бизнесмены всего мира практически единодушны относительно трех наиболее предпочитаемых, позитивных свойств возможного делового партнера — это компетентность, порядочность и надежность. Именно эти качества обеспечивают главное в деловых отношениях — их предсказуемость, возможность опереться на партнера, уверенность в его обязательности. Они высоко ценятся повсюду в мире, поскольку являются фундаментом незаменимого условия успешных, плодотворных деловых отношений — взаимного доверия.

Как правило, симпатии людей приобретаются не только благодаря врожденным качествам, но и умению себя преподнести. Деловой имидж все чаще специально проектируется в интересах человека или фирмы с учетом особенностей деятельности, внутренних достоинств, качеств и характеристик носителя имиджа.

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. Например, авторитарное поведение включает безапелляционность суждений, категоричный тон, характерную жестикуляцию. Увидев человека, ведущего себя таким образом, можно предвидеть некоторые его реакции и пос-

2. СЛУЖЕБНЫЙ ЭТИКЕТ

2.1. РАБОТА

Известное изречение, гласящее, что те, кто вас знает, — любят вас, обычно соответствует истине, однако не в том случае, когда речь идет о поисках работы. Совсем немногие наниматели уделяют теперь достаточно времени тому, чтобы получше узнать вас в процессе продолжительной беседы. Поэтому вам следует исходить из того, что судить о вас они будут, скорее всего, по первому впечатлению.

Прежде всего они прочтут ваш послужной список и отзывы тех, на кого вы работали раньше. Если там все в порядке по форме и содержанию, они отложат ваши документы в стопку других бумаг и лишь после этого назначат вам встречу. Во время беседы, которая между вами произойдет, большую роль будет играть ваша внешность, а также манера держаться, умение отвечать на заковыристые вопросы и находить выходы из непростых ситуаций.

ПОИСКИ РАБОТЫ

Занялись ли вы поисками работы впервые или, будучи сезонным рабочим, вы ищете ее регулярно, как правило, вы пользуетесь несколькими источниками информации. При этом вам следует реалистично представлять, на какой уровень зарплаты вы можете претендовать и на какого рода работу можете рассчитывать, учитывая вашу специальность и уровень профессиональной подготовки. Общее представление об этом вы сможете получить, просматривая газетные объявления о спросе на рабочую силу.

Для начала можно опубликовать объявления о том, что вы ищете работу, побывать в центре по трудоустройству, выяснить, можно ли получить работу по вашей специальности. Кроме того, следует обратиться за помощью в этом вопросе к вашим друзьям и знакомым. В первом случае вы должны будете разослать письма, содержащие сведения о предыдущих местах работы и представить характеристики. Во втором и третьем — иметь высокую квалификацию и быть готовыми к тому, чтобы дать сведения о ваших прежних нанимателях, которые взяли бы охарактеризовать вас с самой лучшей стороны, основываясь на личном опыте работы с вами и зная ваши профессиональные качества.

Люди обычно не соглашаются рекомендовать другим малоизвестного им человека, который не проявил достаточной серьезности и

навыков в работе, либо тех, чей внешний вид или поведение могут приводить окружающих в смущение. В этом они правы — ведь в конечном итоге эти люди ставят на карту доверие других к ним самим.

Если вы решили пойти на работу в какую-то определенную организацию, можете обратиться туда с письмом даже в том случае, когда у вас нет личных контактов ни с кем из ее сотрудников. В этом обращении вам следует объяснить причину, по которой вы ищете работу, и попросить о том, чтобы вам назначили встречу.

Если вы не знаете, как написать себе характеристику, поищите соответствующую литературу, где разъясняется, как это следует делать, либо обратитесь к профессионалу или в бюро, сотрудники которого занимаются составлением такого рода документов. Поскольку по этому документу потенциальный работодатель получит о вас первое впечатление, характеристика должна быть правильно написана, и внимание в ней надо сосредоточить на ваших сильных профессиональных сторонах. Составлять документ следует аккуратно и не более чем на двух страницах, если только ваш послужной список позволит уместить на них все данные о вашей служебной деятельности.

В числе сведений о себе вы должны будете обязательно упомянуть:

- ваше имя, адрес и номер телефона;
- должность, на которую вы претендуете;
- ваш предшествующий послужной список;
- ваше образование.

Кроме этого, можете указать те дополнительные знания и навыки, которые, на ваш взгляд, могут заинтересовать потенциального работодателя. Вам не обязательно перечислять в характеристике все рекомендации, которыми вы располагаете, но следует указать, что вы сможете их представить в случае необходимости.

Заполняя собственную характеристику, будьте предельно честны. Не преувеличивайте свои способности и не пишите о том, что получили образование, которого в действительности у вас нет. Правда не всегда поможет вам получить место, но если когда-нибудь откроется обман, вы наверняка лишитесь работы. Не следует заострять внимание на отрицательных аспектах вашего прошлого опыта, лучше сконцентрироваться на положительных сторонах. Не нужно пытаться проявлять в характеристике ваше остроумие или глубину суждений. Пишите все четко и ясно, честно описывая те сильные качества, которыми обладаете, но так, чтобы это не выглядело хвастовством. Отпечатайте свою характеристику на бумаге хорошего качества, чтобы она смотрелась опрятно и привлекательно.

Рекомендациями следует дорожить и бережно их хранить. Прежде всего это означает, что перед тем, как назвать кому-либо имя человека, у которого можно попросить отзыв о вас, спросите его, не будет ли

3. НАЦИОНАЛЬНЫЙ ЭТИКЕТ

3.1. ТРЕБОВАНИЯ НАЦИОНАЛЬНОГО ЭТИКЕТА

Национально-психологические особенности каждого народа наложили свой отпечаток на требования этикета. То, что принято в одной стране, может вызвать недоумение в другой; то, что считается приличным у одних народов, оказывается недопустимым у других.

Хотя в последнее время наблюдается значительное сближение правил этикета, принятых в разных странах, в направлении европейских правил хорошего тона, что особенно заметно в деловой практике, тем не менее национальный колорит в поведении людей постоянно присутствует. Не случайно иностранцы говорят, что на улицах Европы представителя восточных славян можно определить, даже если он не произнес ни слова: по его манере одеваться, поведению.

Как правило, иностранец, находясь в другом государстве, старается выполнять правила вежливости, принятые в этой стране. Но для этого нужно знать данные правила. Поэтому, собираясь в заграничную командировку или туристическую поездку, не поленитесь посмотреть литературу или побеседовать с теми, кто уже знаком с нравами и обычаями народов той страны, где вы хотите побывать.

Не забудьте и о том, что основные правила вежливости, тактичности, корректности поведения, как бы они ни различались в частностях, едины и общеобязательны. Генеральное Европейское управление по туризму разработало даже специальный свод правил путешественникам, суть которых сводится к следующему:

1. Не забывайте, что в своей стране вы — всего лишь обыкновенный гражданин среди миллионов своих сограждан, в то время как за границей вы — «испанец» или «француз». От ваших поступков зависит мнение о вашей стране.

2. Если вам покажется ненароком, что за границей все хуже, чем на родине, оставайтесь дома. А если вам покажется, что все лучше, не возвращайтесь на родину, у вас ее нет.

3. За границей не шумите, ведите себя спокойно.

4. Не привлекайте внимания своей одеждой. Одеваться надо скромно, согласно общепринятым стандартам.

5. Петь можно лишь тогда, когда вас об этом просят.

6. Не старайтесь отличиться там, где заведомо известно, что проиграете. А выиграв, не слишком бурно выражайте свою радость.

7. Помните о том, что красочные выражения вашего языка не всегда в прямом переводе совпадают с иностранными.

8. *Старайтесь разобраться в том, что вам не знакомо, что видите впервые.*

9. *Не пытайтесь поучать, лучше учитесь сами.*

Ошибочно полагать, что пребывание в стране в качестве иностранного гостя позволит вам избежать наказания за нарушение местных законов, обычаев и традиций либо получить какой-то особый статус. Подобная ошибка нередко основывается на существовавшем в нашем обществе представлении об иностранцах как выходцах из другого мира, что в какой-то степени соответствовало действительности из-за фактической изолированности бывших советских людей от общения с гражданами других государств. И сейчас мы невольно ожидаем подобного отношения к себе в качестве иностранного гостя, что чаще всего оказывается, мягко говоря, заблуждением.

Авторы справочника «Туристам, бизнесменам, частным лицам, выезжающим за границу» советуют: помните, что с момента пересечения границы того или иного государства вы попадаете под действие его гражданских и уголовных законов. Привычный для вас стиль поведения, одежды или какие-то высказывания могут быть восприняты как неуважительные, нарушающие законы и порядки страны или как оскорбляющие религиозные или национальные чувства окружающих вас людей. Например, фотографирование в некоторых странах запрещено или нежелательно. Избегайте присутствия, даже в качестве наблюдателя, в местах проведения манифестаций, скопления людей, участвующих в волнениях или беспорядках. Часто в таких случаях события могут развиваться быстро и непредсказуемо и повлечь за собой опасные для вас последствия.

По прибытии за границу следует ознакомиться с местными порядками и правилами торговли, проезда в общественном транспорте и строго их придерживаться. Сохраняйте чеки купленных вами товаров до окончательного выезда за пределы страны пребывания.

Если вы обвиняетесь в нарушении гражданского кодекса (долги, разрыв контракта, уклонение от квартирной платы и т.п.), вам может грозить тюремное заключение или вам будет отказано в праве покинуть страну до урегулирования вопроса. Особенно внимательными должны быть лица, осуществляющие деловые операции за рубежом. Во многих странах обвиняемый признается виновным уже в силу того, что не может предоставить доказательства своей невиновности, а это зачастую влечет за собой пребывание в тюрьме на протяжении периода сбора доказательств.

В любом случае задержания вас полицией постарайтесь связаться с нашим консульством в той стране, где вы пребываете, и поставьте работников консульства в известность о происшедшем. Важно знать, хотя бы в общих чертах, о правовом положении иностранца в стране, куда вы намерены совершить поездку. В большинстве стран правила,

Немцы с большим уважением относятся к тем, кто знает их язык, литературу, культуру и историю. Проявление глубоких знаний в этих областях — наиболее действенный путь расположить к себе собеседника.

О *французах* в мировом общественном мнении сложилось впечатление как о людях смелых и жизнерадостных, приверженных к плотским удовольствиям и склонных к индивидуализму, вольнодумству и нежеланию подчиняться авторитетам. У них отмечают логичный ум и критическое отношение к действительности, общественную активность и любовь к громким словам и красивым жестам. Имидж француза включает в себя веселость, жизнерадостность и некоторую легкомысленность, неотделимые от прославленной французской вежливости, галантности и элегантности.

Хотя давно ушла в прошлое церемонная придворная вежливость, но даже в условиях современного жизненного ритма французы стараются поддерживать свой высокий этикетный престиж. Особым отношением к себе пользуется женщина, которая, согласно правилам этикета, заслуживает галантного расположения мужчин, даже если очень неправa. «Если женщина не права, — говорят французы, — пойди и извинись перед ней».

В одном из своих произведений Эрих-Мария Ремарк устами своего героя произнес шутивную фразу, что на немецком языке разговаривают с лошадьми, на итальянском — с мужчинами, а на французском — с дамами. Действительно, французский язык поэты называли языком любви. Это прекрасное чувство неразрывно связано с искусством обхождения, языковым этикетом. Потому во Франции большое внимание уделяется правилам хорошего тона, умению говорить в обществе. Высоко ценятся ораторское искусство, умение сказать приветствие, произнести тост, выразить благодарность или соболезнование. В пособиях по этикету даются рекомендации, что и как говорить на банкете, юбилее, свадьбе, похоронах. Про французов нельзя сказать, что они моты, но они стараются не отказывать себе в удовольствиях. Поэтому Франция так славится своими праздниками, которых насчитывается до нескольких десятков в год.

Итальянцы близки французам по своей эмоциональности. Быстрый темп речи и ее повышенная громкость, активная жестикуляция, наступательность — все это на первых порах непривычно для иностранцев из северных краев.

В отличие от англичан, которые редко с кем вступают в конфликт и не склонны к категоричности в суждениях, итальянцы напористы, всегда готовы к дискуссии, пусть даже переходящей в скандал. Они легко возбудимы и обидчивы, с трудом переносят критику. Склонность к риску и приключениям является характерной чертой итальянского национального характера. Хотя дисциплина не имеет для

дан — громоздкую кладь здесь принято сдавать в специальный багажный вагон.

ИРЛАНДИЯ

- Собираясь в Ирландию, захватите с собой зонт, плащ и сапоги. Зато изысканные туалеты можно оставить дома. Ирландцы не придают особого значения внешнему лоску, одеваются просто, скромно, спортивно и недорого.

- Не берите в Ирландию, как, впрочем, во многие западноевропейские страны, шапок и шуб из натурального, особенно редкого меха. Можно ожидать, что ваши партнеры — активные участники кампании по защите животных.

- Если вы в Дублине и отправляетесь на деловую встречу, избрав своим транспортом автобус, выходите с приличным запасом времени: автобусы здесь ходят с большим опозданием. Гораздо надежнее взять такси. Но при этом надо помнить следующее. Садитесь в машину на переднее сиденье (в отличие от итальянских такси!). Вы можете обидеть водителя, если займете заднее сиденье, — этим вы как бы подчеркиваете, что наняли шофера для извоза, в то время как все такси в Дублине принадлежат частным владельцам.

- В отличие от точных до педантизма немцев, англичан и других ирландцы необязательны. Они могут на час опоздать на деловую встречу. Но при этом так обезоруживающе и мило улыбаются, что ругать их грешно, просто надо это учитывать.

- В Ирландии принято назначать деловые встречи в барах.

Приобретая что-то в магазинах, вы платите, как все ирландцы, 10-процентный налог. Но иностранцам, покидающим страну, эти деньги возвращают. Надо только потребовать у продавца особый возвратный чек и предъявить его специальной службе аэропорта перед отлетом домой.

ИТАЛИЯ

- Знакомство с представителем итальянского делового мира начинается с обмена визитными карточками, поэтому необходимо их иметь при себе в достаточном количестве. Если в ответ на протянутую карточку вы не можете дать свою, надо извиниться, объяснив причину, и пообещать послать ее при первой же возможности.

- Итальянские бизнесмены придают большое значение тому, чтобы переговоры велись между людьми, занимающими примерно равное положение в деловом мире или обществе. Поэтому перед деловыми встречами они стремятся узнать трудовую биографию потенциальных участников, их возраст, должность и т. д.

- Тексты на визитных карточках итальянских бизнесменов печатаются, как правило, на итальянском и английском языках.
- Немаловажное значение придается в Италии налаживанию дружественных, неформальных отношений с деловыми партнерами в неслужебное время. Итальянцы очень гордятся своей историей и искусством, поэтому проявите уважение и знания в этой области — это позволит быстро создать теплую атмосферу.
- В случае спорных вопросов итальянцы стремятся к разумному компромиссу, в исключительных случаях прибегают к помощи арбитража.
- Если вы едете на переговоры и вам нужно такси, не пытайтесь сами останавливать свободное такси. Если вы в гостинице, попросите портье вызвать такси; если вы на улице, зайдите в ближайшее кафе и обратитесь к его хозяину. Такого рода услуги делаются бесплатно или за очень умеренную цену. Платите по счетчику или чуть больше, но ненамного — итальянцы уважают тех, кто не сорит деньгами.

КИТАЙ

- Не рекомендуется пропускать ритуалы и протокольные мероприятия, поскольку совместные банкеты, приемы, фотографирование на память и прочее создают более тесные отношения, столь важные для китайской деловой практики. Рекомендуется на любое общественное мероприятие (если это не просто ужин в ресторане) приходить с подарком. Лучше делать подарок не определенному лицу, а всей организации. Запакованные подарки не принято распаковывать до ухода гостей. При приглашении на свадьбу, день рождения или похороны принято дарить небольшую денежную сумму в конверте (в красном — для живущих, в белом — по случаю кончины).
- Деловое знакомство в китайском обществе не может быть успешным без обмена визитными карточками. При этом рекомендуется иметь визитные карточки, отпечатанные как на английском, так и на китайском языке.
- Китайцы при обращении ставят фамилию на первое место. В западной практике, напротив, фамилию часто ставят на второе место, что может создавать путаницу. Если вы только что познакомились с китайцем, зовите его (или ее) по фамилии.
- В китайском обществе одеваются очень просто, костюм с галстуком обязателен лишь на официальных приемах.
- Избегайте ситуации, в которой вы можете поставить китайца в неловкое положение в присутствии его соотечественников. Если критика неизбежна, выскажите ее с глазу на глаз. В некоторых случаях целесообразнее воспользоваться услугами посредника, особенно если речь идет о человеке с высоким социальным статусом.

ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение.....	3
---------------	---

1. ИМИДЖ СОВРЕМЕННОГО ЧЕЛОВЕКА

1.1. Этикет и имидж.....	6
1.2. Этикет приветствия и представления.....	9
1.3. Культура внешности.....	11
1.4. Одежда.....	37
1.5. Визитные карточки.....	45

2. СЛУЖЕБНЫЙ ЭТИКЕТ

2.1. Работа.....	50
2.2. Презентации и публичные выступления.....	78
2.3. Служебное помещение.....	82
2.4. Деловая переписка.....	88
2.5. Этикет коммуникаций.....	109

3. НАЦИОНАЛЬНЫЙ ЭТИКЕТ

3.1. Требования национального этикета.....	134
3.2. Правила международной вежливости.....	149
3.3. Приемы гостей в других странах.....	163

4. ДИПЛОМАТИЧЕСКИЙ ЭТИКЕТ

4.1. Виды дипломатических приемов.....	181
4.2. Подготовка приемов.....	184
4.3. Одежда.....	186
4.4. Рассадка за столами.....	192
4.5. Проведение приемов.....	193
4.6. Протокол и деловые отношения.....	202

5. ЭТИКЕТ ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ

5.1. Коммуникативная культура в деловом общении.....	220
5.2. Этикет установления контактов.....	230
5.3. Речевой этикет делового разговора.....	250
5.4. Этикет переговоров.....	279

5.5. Этикет деловой встречи.....	291
5.6. Этикет делового совещания, встречи, конференции, симпозиума.....	305
Словарь основных терминов.....	311
Список использованной и рекомендованной литературы.....	322
Приложения.....	328

Конец ознакомительного фрагмента

Уважаемый читатель!

Размещение полного текста данного произведения невозможно в связи с ограничениями по IV части ГР РФ.

Эту книгу вы можете почитать в Оренбургской областной универсальной научной библиотеке им. Н. К. Крупской по адресу: г. Оренбург, ул. Советская, 20; тел. для справок: (3532) 32-32-49