Министерство образования и науки российской федерации Федеральное агентство по образованию государственное образовательное учреждение высшего профессионального образования российский государственный социальный университет филиал

в г. Пенза

**Контрольная работа**

По дисциплине «Документационное обеспеченье государственного и муниципального управления»

На тему «Этикет в деловой переписке. Оформление делового письма»

Выполнила: Бугрина Н.А.

Студентка 3 курса

Гр. ГМУ – 31

Проверила: Кафедра ГМУ

Подрядчикова Л.М.

Пенза 2009

***Содержание***

1. Введение\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_3
2. Этикет в деловой переписке\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_4
3. Оформление делового письма \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_10

3.1 Деловое письмо и его функции \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_13

3.2 Реквизиты\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_15

1. Деловая переписка\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_20
2. Заключение\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_22

***1. Введение***

В жизни любого человека документы играют огромную роль. Практически в любой сфере нашей деятельности требуются какие-либо документы. Что же означает слово документ? В Федеральном законе от 27 ноября 1994 г. даётся следующее определение термина "документ".   
Документ - это материальный объект, имеющий юридическую (правовую) значимость с зафиксированной на нем информацией, предназначенный для передачи во времени и пространстве в целях его хранения и использования.   
 Деловой стиль - это совокупность языковых средств, функция которых - обслуживание сферы официально-деловых отношений, т. е. отношений, возникающих между органами государства, между организациями или внутри них, между организациями и частными лицами в процессе их производственной, хозяйственной и юридической деятельности.   
 Как правило, документ составляется и оформляется на основе правил и требований принятого стандарта: Единой государственной системы делопроизводства (ЕГСД). Форма документов разных видов унифицирована.   
В тексте документа обычно выделяются две смысловые части: в одной излагаются причины, основания и цели составления документа, в другой - выводы, предложения, просьбы, рекомендации, распоряжения. Различают две категории документов: для внешнего и внутреннего пользования. Документы не однородны по степени унификации и стандартизации. Одну группу составляют документы, в которых единообразной является не только форма, но и типовое содержание. В другую группу входят документы, имеющие унифицированную форму, но вариативное содержание, т.е. значительно различаются по имеющейся в них информации.   
Цель контрольной работы - рассмотреть правила речевого этикета в документах. Задачи:   
1. Рассмотреть оформление делового письма;  
2. Рассмотреть этикет в деловой переписке.

***2. Этикет в деловой переписке.***

Располагая такими высокотехничными и как молния быстрыми средствами связи, как компьютерные модемы, факсы, мобильные телефоны и другие подобные изобретения, Вы можете спросить себя: "Зачем писать на бумаге, когда можно передать сообщение по телефону, факсу или с помощью экрана компьютера?" А затем, что еще живы старые аксиомы, гласящие: "Разговор стоит мало" и "Действия ценятся дороже, чем слова".  
 Например, когда кто-то специально подходит к вам, чтобы помочь, несомненно, стоит сказать спасибо. Однако глубокую, искреннюю благодарность принято выражать на бумаге. Посылая не планируемую заранее корреспонденцию, такую, как записка с выражением благодарности или поздравительная открытка, Вы проявляете вежливость.  
 Для того чтобы помочь вам написать неформальную благодарность или более формальное письмо, познакомимся с некоторыми правилами, которые придадут словам необходимый блеск.

Подбор слов. Первое правило деловой корреспонденции - первое же предложение начните с благодарности: *"Спасибо за ваше внимание к продукции нашей компании".  
"Для меня было большим удовольствием встретиться с вами сегодня".*  
Это не только задает вашему письму благожелательный и любезный тон, но и создает впечатление, что Вы ставите на первое место своего читателя, а не самого себя. Второе правило - Избегайте местоимения "я".

Многие люди испытывают искушение начать свои записки, письма и другую корреспонденцию с этого ужасного местоимения. Не делайте этого. Использование местоимения "я" в первом же предложении может создать впечатление, что Вы ставите себя на первое место.

Когда требуется письменная благодарность. По обычаю, письменную благодарность необходимо посылать всегда, когда кто-то потратил более пятнадцати минут на то, чтобы сделать что-то для вас. Например, ваш потенциальный заказчик выделяет время на встречу с вами. К концу встречи Вы благодарите человека за то, что он нашел время для встречи. Нужно ли после этого еще посылать письмо с благодарностью? Да. Оно преследует три цели: подтверждает признательность вашему клиенту (или возможному клиенту), показывает, что Вы человек дела, и помогает обойти конкурентов.  
Мы все выделяем время на дела, которые считаем важными. Это небольшое дополнительное усилие поможет вам перейти туда, куда Вы стремитесь, - в категорию истинных профессионалов.

Не мешкайте. Слово "скоро" имеет много значений, но, когда появляется необходимость посылать записки со словами благодарности и другую деловую корреспонденцию, это слово имеет только одно значение - от 24 до 48 часов со времени вашей встречи с кем-то. Это правило относится даже к очень занятым людям. Чем раньше с момента встречи или телефонного разговора Вы посылаете вашу благодарность, тем большее впечатление она произведет.

Написать или напечатать? Слова благодарности могут быть написаны ручкой, когда Вы посылаете записку человеку, который проявил по отношению к вам любезность по принципу "от человека к человеку". Слова благодарности также могут быть написаны от руки, когда Вы посылаете письмо с поздравлением, с выражением соболезнования или что-то тому подобное. Если, однако, Вы посылаете письмо, которое, вероятно, должно быть сохранено для кого-то или кому-то переслано, то советую вам напечатать его. Если Вы хотите добавить от себя лично, то напишите одно или два предложения на дополнительном листке бумаги и приложите его к корреспонденции. Позаботьтесь о том, чтобы они были написаны разборчиво. Одна из опасностей нашего компьютерно - образованного общества заключается в том, что наш почерк часто выглядит так, как будто мы пишем рецепты.

Уже в действии обращения к людям в духе XXI века. С течением времени нам многое напоминает, что устоявшиеся правила меняются. И нигде это так не бросается в глаза, как в деловом общении. Если Вы не живете с искаженным представлением о времени, то знаете, что письма и записки, рожденные в современных офисах, больше не начинаются с общепризнанного в течение долгого времени обращения "джентльмен". А как Вы обращаетесь к людям, понимая, насколько обращение важно? Предлагаю вам в помощь небольшую информацию.

Вы пишите человеку, которого не знаете. Если Вы собираетесь послать письмо кому-то, кого не знаете, здравый смысл подсказывает, что следует вначале потратить время на поиск имени человека, который получит ваше письмо. Если, например, Вы пишите директору по кадрам такой-то компании и не знаете его (ее) фамилии и имени, то найдите время, чтобы позвонить в компанию и узнать, как зовут нужного человека. Хотя вполне можно написать "Дорогой директор по кадрам" или просто "Дорогой директор", обращение к человеку по фамилии персонализирует корреспонденцию и, конечно, помогает достичь желаемого результата.  
 Как подписываться. Как правильно подписываться? По имени? По фамилии? Или и по имени и по фамилии?  
Исходите из того, как Вы называете другого. Если Вы обращаетесь к человеку в письме только по имени, то и подписывайтесь тоже только по имени. Если Вы используете в обращении "м-р", "мисс/миссис" или титулы и звания, тогда подписывайтесь именем и фамилией ("Сандра Гендерсон"). Но во всех случаях ваши имя и фамилия должны быть напечатаны под вашей подписью.

Особенности пользования факсом. Кто мог предвидеть, что всего за одно поколение факс-аппараты станут таким же обычным явлением на рабочем месте, как и офисные копировальные аппараты? Хотя эта новая техника ускоряет передачу информации, она в то же время может испортить ваши отношения с другими людьми так же быстро, как может дойти до адресата факс. Вот несколько советов, которые помогут вам обеспечить условия, при которых ваша факсимильная связь работала бы на вас и ваш бизнес, а не против.  
Посылайте сообщения по факсу" если Вы обещали это сделать.  
 Если Вы использовали специальную жидкость для исправления ошибок в документе, пошлите по факсу ксерокопию, а не оригинал. При передаче по факсу места, обработанные такой жидкостью, превращаются в кляксы.  
Посылайте только ксерокопии документов, отпечатанных на цветной бумаге, цветная бумага замедляет передачу по факсу и делает ее более дорогой.  
Храните подтверждения передачи факсов.  
 Уведомляйте получателя вашего факса по телефону о том, что ему послали сообщение. В крупных корпорациях и других организациях переданное по факсу сообщение может легко потеряться, по ошибке может быть подколото к предыдущему факсу или направлено другому человеку или в другой отдел. Человек, которому предназначалось сообщение, может в итоге получить факс с опозданием на несколько часов или не получить вовсе. В любом случае доверие к вам будет подорвано.  
 Следите за тем, чтобы не посылать факс более трех или четырех страниц, если вас специально не попросили об этом. Это особенно важно, если по одной линии идет сразу несколько факсов и в случае, если линия связи по факсу - одновременно и телефонная линия вашего адресата или его фирмы.

Как писать записки. Многие люди никогда не преодолеют третьей ступеньки скользкой лестницы, которая ведет к успеху. Почему? Во многих случаях потому, что хотя они и смогли навести лоск на свой имидж, но им не удалось сделать то же в отношении своей внутренней переписки - записок в частности.  
 Начинающие работники должны использовать этот вид внутренней переписки с особой осторожностью. Если Вы рассылаете слишком много записок, ваши коллеги и служащие начнут думать, что Вы заинтересованы в прибылях фирмы, производящей бумагу, или что у вас слишком мало работы. Задача записки состоит в том, чтобы довести одну и ту же информацию (свежие новости компании, должностные характеристики и т. д.). Если ваша записка не отвечает этим критериям, то не посылайте ее. Забавно, исследования показали, что у многих менеджеров подготовка обычной записки отнимает почти час. Если служащий получает 35 тысяч долларов в год, то это означает, что одна записка компании может стоить 15 долларов 75 центов. Для быстрой подготовки эффективных, профессиональных записок изучите следующие предложения.  
 Уделяйте своим запискам такое же внимание, какое Вы уделяете корреспонденции, рассылаемой вашим клиентам и заказчикам, т. е. проверяйте и еще раз проверяйте.  
 Сделайте ваши записки эффективным инструментом. Если, например, Вы просите дать короткий ответ на вашу записку, обозначьте для него место прямо на ней. Тогда Вы сэкономите время получателя записки, которому не нужно будет сочинять новый документ, у вас же появляется возможность получить от исполнителя более быстрый ответ.  
 Если Вы рассылаете записки людям одного профессионального уровня, перечислите их фамилии в алфавитном порядке.  
Если Вы рассылаете записки людям различного профессионального уровня, перечислите их по рангу.

Когда следует использовать конверты с обратным адресом? Как требует этикет - всегда, когда Вы посылаете кому-то письмо и просите прислать вам письменный ответ, обязательно вложите для этого в ваше письмо конверт с маркой или специальный конверт бизнес-типа. Такая предусмотрительность свидетельствует о высоком классе.

Как готовить коммерческие предложения. Каждый хочет готовить такие коммерческие предложения, которые выделяются среди других, т. е. в убедительной манере. Конечно, решающим в таком предложении будет его содержание, но и форма и манера изложения материала не безразличны для потенциальных заказчиков и клиентов. Вот пять способов, которые помогут придать вес вашим коммерческим предложениям.  
Тщательно готовьте материал. Шлифуйте ваше коммерческое предложение так, чтобы оно соответствовало специфическим интересам и нуждам вашего заказчика или клиента. Такая направленность вашего документа позволит добиться определенного преимущества. Будет совершенно ясно, что Вы считаете свое предложение достаточно важным, так как подготовили его с особой тщательностью. Во многих случаях на заказчика и клиента произведут впечатление ваша инициатива и дополнительные усилия, которые Вы приложили.  
 Подготовьте профессиональное и вежливое сопроводительное письмо. Запомните, что люди покупают в первую очередь у людей, а потом уже у фирмы.  
 Если Вы получили телефонный звонок от вашего потенциального заказчика или клиента, то обязательно выполните его просьбу как можно быстрее.  
 Как только Вы узнаете о принятом решении, пошлите письмо с выражением благодарности. Если ваша фирма выиграла - выразите признательность. Но даже если ваша фирма не победила, все равно письменно поблагодарите за то, что ваша заявка была рассмотрена. Это письмо продемонстрирует ваше внимание к деталям и высокий класс работы, которые Вы проявите в следующий раз (или могли бы проявить).

***3.Оформление делового письиа***

Помимо структуры, еще одной важной составляющей грамотного делового письма является его аккуратное оформление.

1. **Бланк.** Деловое письмо должно быть оформлено на официальном бланке организации. В колонтитулах бланка должна содержаться следующая информация:
   * название организации;
   * физический адрес организации;
   * телефон и факс;
   * web-сайт и e-mail.

Также на бланке могут быть отражены реквизиты организации и её логотип.

Наличие всей этой информации позволяет адресату быстро узнать отправителя и направить ответное письмо на правильный адрес.

1. **Поля**. Деловое письмо обязательно должно иметь поля: слева – около трёх сантиметров, справа – около полутора. Советуем Вам пользоваться стандартными формами Microsoft Word. Поля необходимы для возможных заметок, которые будет делать адресат, а также для подшивки письма в архивную папку.
2. **Регистрационный номер письма**, включающий в себя дату подписания письма руководителем, необходим для Вашего же удобства. Например, Вы решили отправить письмо в другую организацию и не присвоили ему дату и номер. А если эта компания получает несколько тысяч писем в день, как Вы будете отслеживать судьбу своего послания? Обычно ищут по дате и номеру. Особенно это актуально для государственных учреждений. Письмо-ответ помимо собственного исходящего номера должно также содержать информацию о номере входящего письма, ответом на которое оно является. Регистрационный номер ставится в верхнем левом углу письма. Естественно, что в любой организации входящие и исходящие письма должны аккуратно регистрироваться.

*Пример:*

Исх. №546 от 03.03.2009 на вх. №321 от 01.03.2009

1. **Шапка** письма, содержащая обращение к адресату, размещается чуть ниже регистрационного номера и обычно оформляется следующим образом: должность и ФИО адресата пишутся в верхнем правом углу письма. Непосредственно обращение оформляется по центру письма и заканчивается восклицательным знаком. Шапка может быть выделена жирным шрифтом.

*Пример:*

Генеральному директору  
ООО «ПервоСклад»  
Карнахину Д.В.

Уважаемый Дмитрий Владимирович!

1. **Шрифт** письма принципиальным образом влияет на его восприятие адресатом. Шрифт не должен быть слишком мелким или слишком крупным. При этом, он должен быть одинаковым на всём протяжении письма. Стандартной практикой является использование шрифта Times New Roman с 12-м размером кегля и единичным интервалом между строками. Но если Вам известно, что у адресата плохое зрение, проявите заботу – увеличьте шрифт письма.

К выбору шрифта писем личной деловой переписки (приглашения, поздравления, соболезнования и т.п.) можно подойти более творчески.

1. **Нумерация** листов особенно важна для писем, объем которых превышает 2 страницы, а особенно для тех, что содержат приложения. При проставлении нумерации листов в текстовом редакторе Microsoft Word мы рекомендуем Вам пользоваться функцией «Колонтитулы» - «Вставить автотекст» - «Стр. № из всего». Это позволит адресату правильно оценить общий объем письма и не перепутать последовательность его страниц.

Нумерация проставляется в нижнем правом углу листа.

1. **Информация об исполнителе** должна обязательно содержаться во всех деловых письмах, которые подписывают топ-менеджеры компании и руководители подразделений. Это позволит адресату быстро найти конкретного специалиста, отвечающего за решение вопроса в компании-отправителе.

Информация об исполнителе должна содержать его ФИО (желательно полностью, иначе Вашему контрагенту будет сложно начинать телефонный разговор, который может потребоваться для выяснения дополнительной информации) и номер контактного телефона – рабочего или мобильного. Также желательно указать адрес электронной почты.

Информация об исполнителе пишется в самом конце письма после подписи. Кегль его шрифта должен быть на одну или две единицы меньше шрифта основного текста письма.

1. **Приложения**. Если письмо содержит приложения, то они оформляются на отдельных листах. При этом нумерация листов может быть общей для всего документа или отдельной для основного письма и каждого приложения. Информация о приложениях должна содержаться в теле основного письма перед подписью.

*Пример:*

К данному письму прилагается 2 документа на 3-х листах:

* + акт сдачи-приемки выполненных работ в двух экземплярах;
  + счёт-фактуры.

*С уважением, товаровед торговой фирмы «СтройМаркет» Кочетковой И.А.*

Деловые письма оформляют на бланках по ГОСТ Р 6.30-2003, как правило, с угловым расположением постоянных реквизитов. Бланки с продольным расположением постоянных реквизитов для писем используют реже, в основном органами власти и вышестоящими организациями. Используются бланки формата А4 и А5. формат А5 используют, если письмо не превышает 7-8 строк.

Письмо оформляют как минимум в двух экземплярах. Первый экземпляр составляют на бланке и отсылают адресату, второй (его называют копией) - печатается на чистом листе бумаги и подшивается в дело как свидетельство выполненной работы.

***3.1. Деловое письмо и его функции.***

Деловое письмо выполняет ряд важных функций. Прежде всего, это -

информационная функция. В письме фиксируются факты, сведения, мнения и другие явления практической и мыслительной деятельности людей. Письмо

обладает организационной функцией. С помощью письма обеспечивается

воздействие на людей в целях организации и координаты их деятельности.

Внешние связи организаций обеспечивает коммуникативная функция письма.

Письмо несет юридическую функцию, поскольку его содержание используется в качестве свидетельства, доказательства при рассмотрении спорных вопросов сторонами отношений. Наконец, письмо выполняет воспитательную функцию, поскольку требует повышенного уровня образовательной подготовки, дисциплинирует исполнителя, а хорошо оформленное письмо воспитывает эстетический вкус управленческого персонала, поддерживает престиж организации - автора документа.

Информация, которую содержит в себе письмо, может быть выражена на любом языке, зафиксирована любым способом и на любом носителе с целью последующего ее обращения (передачу, прием, обработку, хранение, поиск, размножение) в сфере делопроизводства.

Что касается языка, то тексты писем составляются на русском или

национальных языках в соответствии с действующим законодательством

Российской Федерации и ее субъектов о государственных языках. Переписка в сфере внешнеэкономической деятельности ведется на русском или ином языке, предусмотренном коммерческим договором между деловыми партнерами.

К числу основных средств фиксации деловой информации относятся ручные пишущие средства, пишущие машинки, диктофонная техника и печатающие устройства персональных компьютеров.

В качестве носителей информации находят применение носители на бумажной основе (несветочувствительные), микроносители визуальной и звуковой информации (кино- и фотопленка, CD-диски), носители для записи и хранения компьютерной информации (дискеты, картриджи и CD-диски). Следует подчеркнуть, что основным носителем деловой информации на сегодня является бумага.

Письма оформляют на специально спроектированных для этого вида документов бланках с последующим нанесением на них необходимых информационных элементов - реквизитов. Требования к оформлению писем складываются из требований, оговоренных нормативными документами (стандартами); норм и правил русского языка; учета особенностей делового стиля, сложившегося в сфере управления за последние 100-150 лет, а также норм и правил делового этикета, проявляющегося в форме изложения текста.

***3.2. Реквизиты***

*Реквизиты* — это обязательные признаки, установленные законом или положениями для отдельных видов документов. В России состав и расположение реквизитов на бланках организационно-распорядительных документов должны соответствовать ГОСТ Р 6.30-2003. Согласно ГОСТ Р 6.30-2003 документы могут содержать до 29 реквизитов. Для каждого вида документа определён состав реквизитов в зависимости от его назначения.   
Д*ля официального письма рекомендуется следующий состав реквизитов:*  
1) государственный герб РФ (если организация имеет право на размещение герба на своих документах);  
2) герб субъекта РФ (также если организация имеет на это право);  
3) эмблема организации или товарный знак (знак обслуживания);  
4) код организации по ОКПО, если он есть (для внутрироссийской переписки);  
5) наименование организации (полное или сокращённое);  
6) справочные данные об организации;  
7) дата документа;  
8) регистрационный номер документа;  
9) ссылка на регистрационный номер и дату входящего документа (при письмах-ответах);  
10) адресат (адрес получателя, наименование, лицо которому направлено);  
11) заголовок к тексту;  
12) текст;  
13) подпись;  
14) фамилия (или фамилия, имя и отчество) и телефон исполнителя.

*Официальное письмо является единственным документом, на котором не ставится название его вида.* Все остальные документы имеют названия, например «Приказ», «Акт», «Решение», «Докладная записка» и т.д.  
 *Наименование организации* — адресанта документа даётся в полном и сокращённом виде. Однако сокращать названия организаций произвольно нельзя. Названия учреждений пишутся сокращённо, только если такое сокращённое название указано при регистрации в официальном документе.  
 *К справочным данным об организации относятся, во-первых, почтовый и телеграфный адреса.* Порядок и форма записи сведений о почтовом и телеграфном адресах организации должны соответствовать Почтовым правилам. Во-вторых, справочные данные включают номера телефона, факса, номер счёта в банке. Их также необходимо указывать на бланке письма.  
 *Обязательным реквизитом является дата*, которая проставляется в левом верхнем углу. Датой письма считается дата его подписания. Даты в письме должны оформляться цифровым способом. Например, 25.10.08 или, допускается, 25.10.2008. После двух чисел, обозначающих число и месяц ставятся точки, после числа, обозначающего год, точка не ставится.  
 *Ссылка на регистрационный номер и дату входящего документа включает регистрационный номер и дату письма,* на которое даётся ответ, и располагается ниже регистрационного номера и даты исходящего документа. При ссылке на входящий документ слова «наш», «ваш» употреблять не рекомендуется. Наиболее рациональна такая форма этого реквизита:  
На №\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ от \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  
 *Ни в коем случае не следует помещать эти данные в самом тексте письма.* Вид этого реквизита в письме должен быть следующим:  
«На № 4520/144 от 17.05.98».  
 *Адресат* — наименование и адрес получателя письма (наименование и адрес организации, структурной части организации, фирмы или фамилия и адрес лица, которому отправляется письмо) — указываются на верхней правой стороне бланка письма. Это внутренний адрес письма. В адресате название организации-получателя пишется в именительном падеже. Например: ЗАО «Оксид». В целях ускорения исполнения письма, если известна фамилия лица, которое будет его рассматривать, рекомендуется указывать и эту фамилию.   
 *В состав реквизита «адресат» может входить почтовый адрес.* Почтовый адрес не проставляется на документах, направляемых в правительственные организации и постоянным корреспондентам, — в этих случаях целесообразно применять конверты с заранее напечатанными адресами.  
 *Если письмо адресуется официальному лицу, сначала указывается должность, затем фамилия и инициалы, затем адрес организации.* Если письмо адресуется частному лицу, сначала указываются адрес и почтовый индекс, а затем фамилия и инициалы получателя.   
 *Инициалы ставятся после фамилии во всех случаях, кроме подписи.* В подписи инициалы предшествуют фамилии.   
 *Заголовок к тексту должен отражать основной вопрос, затронутый в письме,* и быть кратким и ёмким, сформулированным в одной фразе. Заголовок помещается перед текстом письма. Содержание письма выражается в нём формой предложного падежа с предлогом «о» или «об». Кавычками заголовок не выделяется, пишется с прописной буквы и начинается сразу от левого поля листа. Например:  
Об организации выездной торговли  
О поставке угля по контракту № 33-02/567  
О покупке кирпичного завода  
 Заголовок желательно не должен превышать двух строк, если же строки две, употребляется абзац. Не рекомендуется в заголовке употреблять слова «касательно», «касается».   
 *Основной реквизит делового письма — текст.* Максимальная длина стандартной строки официального письма равна 64 печатным знакам, что составляет около 17 см. Обычно строка вмещает 60-62 знака.   
 *Отметка о наличии приложения делается, если к письму приложены какие-либо документы.* В левом нижнем углу письма сразу от поля ставится слово «Приложение», затем помещаются названия прилагаемых документов в цифровой последовательности с указанием количества экземпляров и листов. Каждое название располагается на отдельной строке.   
 *Реквизит «подпись» помещается слева под текстом письма сразу от поля.* В состав подписи входят наименование должности лица, подписывающего письмо, личная подпись и её расшифровка. Поскольку деловые письма пишутся на бланках учреждений, название учреждения в подписи не указывается. Например:  
Директор школы Подпись Е.Н. Пименова  
 При подписании письма несколькими должностными лицами их подписи располагают одну под другой в последовательности, соответствующей занимаемой должности:  
Директор института Подпись А.А. Попова  
Главный бухгалтер Подпись А.А. Ганенко  
 При подписании письма несколькими должностными лицами, занимающими одинаковые должности, их подписи располагают на одном уровне:  
Директор «ООО РемстройПласт» Директор «ООО ПКФ Союз»  
Подпись А.А. Долгов Подпись А.А. Ворламов  
 Все экземпляры писем, остающиеся в делах организаций, должны содержать подлинные подписи должностных лиц.  
 Если должностное лицо, подпись которого заготовлена на проекте письма, отсутствует, письмо подписывает лицо, исполняющее его обязанности, или его заместитель. При этом обязательно указывается фактическая должность лица, подписавшего письмо (например, «и.о.», «зам.») и его фамилия. Нельзя подписывать письма с предлогом «за» или проставлением косой черты перед наименованием должности.  
 Подписание документа является одним из способов удостоверения его. Официальное письмо без подписи не имеет юридической силы.  
Отметка об исполнителе (составителе письма) включает фамилию исполнителя и номер его служебного телефона и помещается на лицевой стороне письма.

***4. Деловая переписка***

Деловая переписка - неотъемлемое средство связи предприятия с внешними организациями. В большинстве организаций письма превалируют над остальными документами.

Письмо - общепринятое название большого числа разновидностей

информационно-справочных документов, используемых для решения главным образом текущих задач в управлении. Основным признаком, по которому письма выделяют в особую группу документов, является пересылка их по почте, хотя в последнее время они могут пересылаться также с помощью телеграфа, факсимильной связи, электронной почты.

Различают письма циркулярные, информационные, гарантийные,

сопроводительные, письма-просьбы, письма-подтверждения, договорные письма, письма-напоминания, письма-извещения, письма-приглашения, коммерческие письма и ряд других.

При ведении переписки должны соблюдаться следующие требования:

* документы оформляются на специальных бланках - бланках для писем- и подписываются руководителем организации или его заместителем в рамках предоставленной им компетенции;
* текст должен излагаться грамотно, официально-деловым языком, обладать достаточной аргументацией, точностью, полнотой и ясностью

характеристик, краткостью и последовательностью изложения; текст

письма не должен допускать различного толкования;

* события и факты в необходимых случаях должны иметь разъясняющие и дополняющие материалы.

В зависимости от типа письма и его содержания текст письма может быть простым или сложным. Простые письма состоят из одной-двух частей -

вступления и заключения. Сложные в композиционном плане содержат: вступление, основную часть (доказательство), заключение.

Во вступлении дается обоснование вопроса: причина возникновения вопроса или его краткая история. Если поводом для составления письма послужил какой-либо документ, дается ссылка на него. В основной части

(доказательстве) излагается существо вопроса, приводятся доказательства

или опровержения. Основная часть должна быть убедительной, чтобы не

возникало сомнений в правильности или обоснованности предлагаемых решений.

В заключении формулируется основная цель письма.

***5. Заключение***

Деловая переписка не утратила своей актуальности. Основными её качествами является то, что с её помощью налаживают деловые отношения, находят партнёров по бизнесу.

Каждый секретарь в своей работе сталкивается с официальной перепиской. Под этим понятием подразумеваются письма или иная форма корреспонденции, направляемые официальным лицом в его качестве, от его имени и в силу занимаемого им поста. Как правило, написанием и оформлением официальных писем занимается не руководитель, а именно секретарь, на которого возложена почетная и непростая миссия помнить и соблюдать правила, определяемые международной практикой.

Мы убедились, что тема данной контрольной работы действительно актуальна потому что деловая переписка не утратила своей актуальности.

Задачи выполнены. Есть широкий горизонт для рассмотрения этой темы.