**Филиал ГОУ ВПО «Российский государственный торгово-экономический университет» в городе Смоленске**

КОНТРОЛЬНАЯ РАБОТА

По дисциплине: Этика делового общения

На тему: Роль первого впечатления. Деловой костюм и требования к нему.

Выполнил студент МО101 зс группы

Козикова Мария Александровна

Ф. И. О.

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

(подпись)

Проверил: к.э.н., доцент

(должность, ученая степень)

Морозова Елена Анатольевна

Ф. И.О.

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

(Оценка)

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

(подпись)

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

(Дата)

Регистрационный номер\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Смоленск

2011

Необходимо помнить, что одежда отражает и подчеркивает индивидуальность, характеризует делового человека как личность. 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. Вместе с тем не нужно стараться подавлять партнеров богатством своего облика: имитация богатства считается весьма неэтичным явлением в западном бизнесе.

Служебная обстановка накладывает определенные требования к внешнему облику делового человека. В мире моды давно сложилось определенное понятие – «деловой костюм». Он, конечно, учитывает последние веяния и тенденции в моде, но при этом остается в определенной степени строгим и консервативным. Осуществляя подбор костюма в широком смысле (т. е. учитывая все сопутствующие компоненты), деловой человек должен руководствоваться следующими общими правилами:

* единство стиля;
* соответствие стиля конкретной ситуации;
* разумная минимизация цветовой гаммы («правило трех цветов»);
* сопоставимость цветов в цветовой гамме;
* совместимость фактуры материала;
* сопоставимость характера рисунка в различных компонентах одежды;
* соответствие качественного уровня аксессуаров (обуви, папки для бумаг, портфеля и т. п.) качеству основного костюма.

Необходимо отметить, что главное правило, которое нужно выполнять, подбирая деловой костюм во всех его компонентах – общее впечатление опрятности, аккуратности и даже некоторой педантичности в одежде. Это должно заставить его партнера думать, что он столь же аккуратен будет в делах.

В последнее время такие аксессуары, как часы, очки, ручки, стали не столько «средствами производства» делового человека, сколько символами его благосостояния; однако они не должны отвлекать партнера от общего восприятия вашего облика как квалифицированного специалиста и приятного собеседника.

Если талантливый мужчина может сделать карьеру, даже имея неудачный имидж, то для женщины это практически невозможно. Ключевыми факторами, которые производят положительное впечатление на окружающих, являются:

* элегантная одежда;
* привлекательная прическа;
* тонкий макияж;
* впечатляющие аксессуары.

Специфика делового мира представляет весьма серьезные требования к внешнему облику. Правильно подобранный деловой костюм подчеркивает профессионализм и деловые качества: организованность, собранность, опрятность, надежность. все это характеристик, направленные на карьеру.

Таким образом, внешняя привлекательность имеет первостепенное значение для обретения положительного делового имиджа.

Выражение «по одежке встречают.» здесь как никогда подойдет. Внешний облик делового человека, его одежда – это первый шаг на пути к успеху, на пути продвижения по карьерной лестнице, так как костюм служит своеобразным свидетельством о степени и надежности.

Аккуратный, со вкусом одетый, подтянутый – таков внешний облик делового человека, будь то мужчина или женщина.

Принципами деловой одежды являются:

1) универсальность (это стиль для работы, он должен быть удобен и

функционален);

2) опрятность и аккуратность (мятая юбка, небрежно завязанный галстук рождают ощущение суетливости, поспешности, нетребовательности к себе или безразличие к окружающим).

Деловой мир достаточно консервативен по отношению к моде. Но мода здесь не является чем-то обязательным для всех. Всегда должна присутствовать индивидуальность (особенно у женщин) и хороший вкус.

Деловой стиль близок к классическому, но все же отличается от него большей объемностью костюма, не слишком облегающим силуэтом.

От спортивного деловому стилю досталась форма (более свободная, детали застежки, молния, отделка) от классического – строгость. Этот стиль одежды позиционирует такие качества, как деловитость, авторитетность, организованность, ухоженность и надежность.

Деловой стиль очень информативен. Мужчинам, одетым по деловому приписывают надежность, силу, уверенность в себе. Женщинам – критичность, серьезность, уверенность, независимость, организованность и трудолюбивость.

Деловой стиль предполагает для мужчин классический костюм, для женщин – костюмы: жакет с брюками или юбкой, реже жакет и платье. Вся одежда должна быть из тканей хорошего качества, без эффекта «блеска»: твид, шерсть с добавлением синтетики, плотная фланель и т.д.

Что касается цветовой палитры, то считается, что самая деловая – это синяя (кроме ярких оттенков), ахроматическая (серый, черный, белый) и натуральная гамма, цвета экологии (оттенки песочного, коричневого, зеленого). Яркие цвета значительно понижают рейтинг деловых качеств.

Расцветки предпочтительнее однотонные, допустимы неброские полосы и неконтрастная клетка среднего размера. Исключены абстрактные и растительные рисунки, изображения людей и животных.

Обувь должна быть в классическом стиле (она должна быть всегда чистой и ухоженной) без броских элементов.

Таким образом, можно сказать, что деловой стиль – это стиль для тех, кого интересует карьера, кто хочет произвести впечатление человека надежного, уверенного в себе, организованного и умного, человека, с которым можно вести дела и на которого можно положиться.

Литература:

1. Бороздина Г.В. Психология делового общения: Учебник. – 2-е изд. – М.: ИНФРА-М, 2008.
2. Кибанов А.Я., Захаров Д.К., Коновалова В.Г. Этика деловых отношений: Учебник / Под ред. А.Я. Кибанова. – М.: ИНФРА-М, 2007.
3. Психология и этика делового общения: Учебник для вузов / Под ред. Проф. В.Н. Лавриненко. – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2007.
4. Почепцов Г.B. «Имиджелогия». – М., 2004.
5. Кукушкин В. С. «Деловой этикет», М.: ИКЦ «МарТ», 2003