**САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГУМАНИТАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПРОФСОЮЗОВ**

***КОНТРОЛЬНАЯ РАБОТА***

**Дисциплина\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

**тема \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

**\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

*Студент (ка) VI курса*

*заочного факультета*

*специальность*

 *социально-культурная деятельность*

*\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_*

Санкт-Петербург

2010 год

*\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_*

*Регистр.№\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ «\_\_\_\_\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_20\_\_\_\_\_\_г.*

*дата поступления работы в Университет*

*ОЦЕНКА\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ «\_\_\_\_\_\_\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_20\_\_\_\_\_Г.*

*ПРЕПОДАВАТЕЛЬ-РЕЦЕНЗЕНТ\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_/\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_*

 *подпись фамилия четко*

*- - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - -*

*(линия отреза)*

*Студент (ка) \_\_\_\_курса\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_*

 *(Ф.И.О.)*

*заочного факультета пециальность\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_*

*дисциплина\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_*

*тема\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_*

*Регистр.№\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ «\_\_\_\_\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_20\_\_\_\_\_\_г.*

*дата поступления работы в Университет*

*ОЦЕНКА\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ «\_\_\_\_\_\_\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_20\_\_\_\_\_Г.*

*ПРЕПОДАВАТЕЛЬ-РЕЦЕНЗЕНТ\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_/\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_*

 *подпись фамилия четко*

**План**

[Введение 3](#_Toc274664561)

[Основные понятия делового этикета 4](#_Toc274664562)

[Требования к этикету делового общения 6](#_Toc274664563)

[Внешний вид 6](#_Toc274664564)

[Беседа 7](#_Toc274664565)

[Телефонные переговоры 9](#_Toc274664566)

[Деловая переписка 10](#_Toc274664571)

[Заключение 12](#_Toc274664572)

[Список использованной литературы 14](#_Toc274664573)

**Введение**

Актуальностью данной темы в том, что мировые экономические связи обязывают деловых людей знать правила хорошего тона и других стран. Здесь нарушение правил этикета могут привести даже к разрыву деловых связей и обернуться потерей рынков сбыта. Трудно представить себе человека, который не хотел бы держаться уверенно, раскованно, свободно в любом обществе и компании. Каждый мечтает нравиться, привлекать к себе окружающих манерами, внешностью, умением чувствовать себя свободно в самой сложной ситуации.

Бизнес делается не только на экономической основе, но и на этической. Как недопустимо нарушать общепринятые правила предпринимательства в коммерции, так недопустимо нарушать и правила делового этикета.

Осваивая цивилизованный рынок, современные предприниматели должны знать, что лишь 10-15% желающих утвердиться в рыночном мире добиваются своих целей.[[1]](#footnote-1) И именно следование правилам делового этикета и этике делового общения является залогом успеха в бизнесе. Другими словами, соблюдение правил делового этикета и деловой этики - один из необходимых элементов вашего профессионализма.

Целью работы является анализ требований к деловому этикету.

Задачи:

- дать понятие делового этикета;

- изучить основные требования делового этикета.

В данной работе использовались труды: Бажановой Е. [1], **Вергилеса Э.В.** [2]**,** Рубин Ю. Б. [5], Кузнецовой И.Н. [3] и [4], Шаповалова Б.А. и Шаповаловой Т.М. [9].

Данная работа состоит из введения, двух глав, двух приложений, заключения и списка литературы.

**Основные понятия делового этикета**

Деловой этикет — важнейшая сторона морали профессионального поведения делового человека, предпринимателя. Знание его — необходимое профессиональное качество, которое надо приобретать и постоянно совершенствовать.

Наиболее общее определение этикета таково: это установленный порядок поведения где-либо. Этикет, принимаемый как культура поведения, правила хорошего тона, социально одобряемые манеры, предписывает нормы поведения на работе, в гостях, на деловых встречах и т.д.

Почти 70% выгодных для людей сорвавшихся сделок не состоялись из-за того, что бизнесмены не знают правил делового общения и не владеют культурой поведения. Эта цифра подтверждается и мировым опытом. Так, еще в 1936 г. Дейл Карнеги писал: "Успехи того или иного человека в его финансовых делах процентов на 15 зависят от его профессиональных знаний и процентов на 85 — от его умения общаться с людьми". Немало рушится карьер и теряется денег из-за неправильного поведения или невоспитанности. Зная это, японцы тратят на обучение хорошим манерам и консультациям по вопросам этикета, культуры поведения сотни миллионов долларов в год. Они хорошо знают, что успех любой фирмы во многом зависит от способности ее работников, от их умения дружно трудиться над достижением общей цели. Знание этикета, культура поведения — вот ключевые условия для успешной работы в любой организации — таково мнение ведущих специалистов фирм.[[2]](#footnote-2)

В России в начале XVIII в. стал усиленно внедряться западный этикет. На русскую почву переносились одежда, манера и внешние формы поведения. За соблюдением этих правил боярами и дворянским сословием (особенно в столичных городах) постоянно и настойчиво, порой жестоко следил сам царь Петр I. За их нарушения строго наказывали. В дальнейшем, в царствование Елизаветы и Екатерины II, отбирались правила этикета, отвечающие требованиям и особенностям национальной культуры России, которая как евразийская страна во многом соединяла противоположности Европы и Азии. А этих противоположностей много было не только в XVIII в., но и сейчас. Английский писатель Редьярд Киплинг говорил, что Запад есть Запад, Восток есть Восток, и не встретиться им никогда. Так, в Европе траурный цвет — черный, а в Китае — белый. Даже в границах Российской империи правила поведения различных народов значительно отличались.

В современном обществе число людей, посещающих разные страны, велико и все время растет, происходит сближение обычаев, нравов и этикетов. Если раньше для дворянства ориентирами хорошего поведения были испанский, а затем французские этикеты, то сегодня нормы поведения европейских народов настолько сблизились, что можно говорить о существование общеевропейского кодекса хорошего тона. Этот кодекс практически не отличается от американского или русского кодексов хорошего тона. Здесь действуют основные правила и нормы хорошего поведения: вежливость, простота, достоинство, хорошее воспитание.

 Итак, деловой этикет - очень большая и важная часть общечеловеческой культуры, нравственности морали, выработанной на протяжении многих веков жизни всеми народами в соответствии с их представлениями о добре, справедливости, человечности - в области моральной культуры и о красоте, порядке, благоустройстве, бытовой целесообразности - в области культуры материальной.

**Требования к этикету делового общения**

**Внешний вид**

 Роль одежды в деловом общении очень значительна. Одежда несет многомерную информацию о своем обладателе:

* о его экономических возможностях;
* об эстетическом вкусе;
* о принадлежности к определенной социальной группе, профессии;
* об отношении к окружающим людям;

 Психологически значимо:

* умение подобрать одежду;
* умение ее носить;
* умение пользоваться разнообразными аксессуарами.

У мужчин рубашка должна быть светлее костюма, а галстук темнее рубашки. Галстук в завязанном виде достает пряжку ремня, не слишком яркий и броский. Ширина галстука должна гармонировать с шириной лацкана пиджака. Воротник рубашки - без морщинок и складочек, манжет ниже запястья, на сантиметр высовывается из-под рукава пиджака. (см. Приложение №1)

Белые и однотонные рубашки – свидетельство вкуса и авторитета; хороши также пастельные тона, но чем бледнее тем лучше.

Наиболее распространенный костюм – темно-синий или темно- серый в тонкую полоску. Для каждого дня не рекомендуется черный костюм.

Для женщин самое авторитетное деловое платье или костюм – серое в мелкую полоску (рукав длинный). Лучшие цвета – темно-синий, ржаво- коричневый, темно- коричневый, серый в разных оттенках. Рубашки так же как и мужчин светлых тонов. (см. Приложение №2)

Предпочтительна однотонная ткань, а также разные варианты полосок и клеток. Нежелательны рисунки цветов, парусников, абстрактные рисунки.

Не надевают в деловой обстановке босоножки.

Предпочтительны туфли- лодочки темного цвета с каблуками не более 4 сантиметров. Обязательны чулки натурального цвета.

 В целом мужчина должен выглядеть солидным и уверенным в себе, деловым и привлекательным, внушающим доверие, не без претензий на изящество и элегантность.

А деловая женщина не должна позволять индустрии мод целиком определять выбор своей одежды и позволять своему социальному происхождению влиять на манеру одеваться.

 Что касается аксессуаров, то само это слово подразумевает нечто второстепенное. Но часто именно второстепенные предметы создают весь облик делового человека.

 При использовании аксессуаров необходимо чувство меры. В деловой обстановке женщина носит не более двух предметов, а у мужчин чем меньше украшений, тем лучше. Ремень может быть любым, но без вычурных пряжек.

Если при общении с деловыми партерами будут учитываться все выше перечисленные рекомендации, будут соблюдаться правила и нормы хорошего поведения, этики - ваше деловое общение принесет только положительный результат.

**Деловые беседы**

Умение вести беседу является одним из слагаемых успеха в деловом общении. Это чрезвычайно полезный и удобный механизм, регулирующий деловое общение. Репутация организации во многом зависит от того, насколько ее сотрудники культурны и корректны в своем речевом поведении.

В деловом разговоре необходимо уметь дать ответ на любой вопрос, но с соблюдением меры. Так вопрос: «Как дела?» В деловом общении часто задается для того, чтобы приветствовать человека, и только зануда начнет серьезно отвечать, как в действительности у него обстоят дела. Но нечего не ответить на подобные вопросы тоже считается невежливым. Деловой этикет предписывает ответить примерно так: «Спасибо, все нормально».

 К важнейшим правилам речевого этикета относится и уместное использование «Ты - Вы» форм. Их выбор определяется соотношением социальных статусов собеседников, степенью их знакомств, характером взаимоотношений, официальностью – неофициальностью обстановки и другими факторами. Деловой этикет рекомендует в официальной обстановке даже с хорошо знакомым человеком использовать «Вы»- обращение.

Речевой этикет предполагает знание и использование фраз, приятных для собеседника. Это речевые знаки поглаживания и расположения.

 К поглаживающим относятся, например, такие:

* «Приветствую вас»;
* «Удачи вам»;
* «Всего хорошего»;
* «Желаю удачи» и др.

Знаки расположения также широко применяются:

* «Салют»;
* «Нет проблем»;
* «О`кей».

Психологические приемы, позволяющие вызвать положительную оценку деятельности и деловых качеств своего собеседника. К числу таких приемов относится и комплимент. Вовремя и искренне сказанный комплимент улучшает самочувствие, воодушевляет, придает уверенность. Комплимент может выражать одобрение, подчеркивать вкус в одежде, внешности, оценивать ум делового партнера.

Все беседы состоят из трех частей:

* 1. Вступление - важная часть, так как помогает расположить к себе собеседника. По времени оно обычно занимает 10-15% всей беседы;
	2. Основная часть – сама беседа, занимает 60-65% .В этой части вы обмениваетесь информацией с собеседником, приходите к общим соглашениям, решениям, решаете спорные вопросы;
	3. Заключение – 20-30% всей беседы. Вы формулируете выводы, заключаете контракты, договариваетесь о следующей встрече и прощаетесь.[[3]](#footnote-3)

Деловой этикет предписывает неукоснительное соблюдение при переговорах правил поведения страны — партнера по бизнесу. Правила общения людей связаны с образом и стилем жизни, национальными обычаями и традициями. Все это результат многовекового жизненного опыта, быта предшествующих поколений того или иного народа. Какие бы ни были традиции, правила поведения, — их приходится выполнять, если, конечно, вы хотите добиться успеха. Нередко надо соблюдать все правила даже в том случае, если они вам не по душе. [[4]](#footnote-4)

Деловые беседы надо стараться проводить за час – полтора часа. Если же сроки будут затягиваться, значит беседа плохо подготовлена.

Можно привести немало примеров особенностей правил поведения бизнесменов различных стран. Если, например, американцы, подчеркивая свое расположение, дружески хлопают вас по плечу и охотно принимают такой же жест от вас, то, похлопав по плечу японца или попытавшись дружески обнять китайца или вьетнамца, вы можете сорвать свою сделку.

В общем при беседе нужно избегать речевых штампов, прибегать к артистизму, четко формулировать цель, быть готовым ко всем вопросам, уметь выделять важные моменты, уметь слушать собеседника

**Телефонные переговоры**

Телефонные средства связи прочно вошли в нашу жизнь и, прежде всего, в деловую сферу. Разговаривать по телефону - это искусство, которым должен обладать деловой человек. Очень важно правильно общаться по телефону, используя это эффективное средство связи людей.

При отсутствии визуального контакта нельзя оценить одежду, внешний облик и выражение лица, поэтому можно воспользоваться следующими уловками:

## интонация голоса (по ней можно определить в каком настроении находится собеседник);

## усиленный или ослабленный шумовой фон ( подскажет о рабочей обстановки собеседника);

## по тому как быстро человек снял трубку (после короткого гудка), можно судить о том, насколько он занят и до какой степени заинтересован, чтобы ему звонили.

## Телефонный разговор зачастую становится началом деловых отношений.

Телефон служит эффективным средством передачи информации служебного значения при невозможности личных встреч. Секретарь выступает в роли связного между должностными лицами одного или нескольких учреждений, от имени или по поручению должностного лица передавая устные распоряжения, информируя и получая справки, соединяя абонентов, обеспечивая вызов руководству, принимая сообщения. Поэтому существуют навыки ведения разговоров по телефону. Прежде всего они должны быть предельно вежливыми, информацию следует передавать кратко, отвечать на вопросы полно, чтобы не вызвать потока новых вопросов.

Любой служебный разговор по телефону состоит из следующих частей:

* + момент установления связи;
	+ введение в курс дела;
	+ постановка вопроса;
	+ обсуждение ситуации;
	+ ответ;
	+ заключительное слово, означающее, что разговор закончен.

В отличие от письменной, устная речь имеет ряд особенностей. Для нее характерны незаконченность фраз, наличие реплик, множество интонаций, использование пауз. Собеседник через определенные промежутки времени должен подтвердить, что информация воспринята: «Совершенно верно!»; «Разве не так?»; «Все понятно.» и т. д. Разговор по телефону не должен переходить в монолог. Чтобы узнать правильно ли Вас поняли, сделайте паузу в разговоре.

Большую роль здесь играет речь. Из всех возможных способов передачи информации (с помощью жестов, мимики, пантомимы, зрительного контакта) речь - самое универсальное средство, так как она позволяет передать смысл общения.

Необходимо следить за интонацией, произношением, громкостью, точнее подбирайте слова. Многословие вредит имиджу. Нужно быть лаконичным, вежливым и доброжелательным. Говорить четко, спокойным голосом, не кричать. Если у вас высокий голос, нужно использовать самую низкую часть вашего регистра. Телефон искажает голос, и это надо учитывать. Говорить надо любезно, избегать сухого и властного тона. Нужно избегать монотонности, менять интонацию и темп разговора. Помните, манера разговора по телефону, как и при личной встрече, является частью имиджа.

Достижения современной науки и техники позволяют нам почти постоянно находиться в пределах досягаемости телефонного звонка. Сотовый или иной радиотелефон прочно вошел в быт бизнесменов, финансистов, журналистов и людей многих других профессий. Но в то же время он ни в коем случае не должен мешать окружающим. Практически у каждого такого телефона есть возможность отрегулировать громкость и тембр звонка так, чтобы он был почти не слышен никому, кроме вас.

Идя в театр, на концерт или в музей, следует отключить звонок или вообще выключить телефон. Звонок телефона в театре неуместен и отнюдь не прибавит вам авторитета в глазах окружающих.

Но бывает и так, что вы ждете звонка и сигнал сотового телефона застал вас во время беседы, обеда с деловым партнером или переговоров. В этом случае обязательно надо извиниться, а сам разговор свести к минимуму. То же относится и к той ситуации, если вам надо сделать срочный звонок. По возможности, лучше при этом отойти в сторону.

Правила этикета телефонного разговора сложились почти сразу после введения телефонной связи в 1980-х г.г. XIX века, основное их требование – краткость, потому что, вступая в разговор с собеседником, мы лишаем его возможности контакта с другими абонентами.

**Деловая переписка**

Другая важная часть делового этикета — служебная переписка. Подход к решению вопроса, каким должно быть деловое письмо, предполагает определенную долю творчества, но тем не менее, существуют и общие правила деловой переписки.

Переписка — это общение в миниатюре, овладение ею — это и труд, порой нелегкий, и искусство.[[5]](#footnote-5)

Одно из главных требований к письму — оно должно быть не длинным. Письмо должно размещаться на полутора страничках машинописного текста, а еще лучше — на одной странице. Хорошее письмо, как и выступление, должно быть четким и ясным. Это второе требование к письму. Нужно избегать в деловом письме многосложных, непонятных (иностранных, сугубо специальных) слов и выражений. Это третье правило написания делового письма. Это же правило предполагает и составление писем короткими предложениями, в которых четко и ясно сформулированы основные мысли автора. Лаконичные письма, написанные односложными словами, характеризуют пишущих как хороших собеседников, владеющих искусством общения. В письмам не должно быть лишних прилагательных, наречий, что часто делает стиль излишне "цветистым".

Письмо должно отражать индивидуальность автора, отдела или компании, где он работает. Из письма должно быть ясно, что это за компания, чем она занимается, прочно ли стоит на ногах и т.д. Это еще одно требование к служебному письму.

Толковая деловая переписка способствует увеличению оборота фирмы, предприятия, улучшению взаимосвязи различных служб, повышению квалификации, установлению прочных связей с потребителями.

**Заключение**

Этикет — явление историческое. Правила поведения людей изменялись с изменениями условий жизни общества, конкретной социальной среды. Этикет возник в период зарождения абсолютных монархий. Придерживаться определенных правил поведения, церемониала было необходимо для возвеличивания царственных особ: императоров, королей, царей, князей, принцев, герцогов и т.п., для закрепления иерархии внутри самого классового общества. От знания этикета, выполнения его правил часто зависела не только карьера, но и жизнь человека

Современный этикет наследует обычаи практически всех народов от седой древности до наших дней. В основе своей эти правила поведения являются всеобщими, поскольку они соблюдаются представителями не только какого-то данного общества, но и представителями самых различных социально-политических систем, существующих в современном мире.

В деловом этикете можно выделить четыре основных правила:

## 1. Первое правило деловой этики общения - не говорить лишнего.

Любой сотрудник обязан хранить секреты своей организации, это правило касается всех дел фирмы или учреждения: от кадровых до технологических.

## 2. Второе правило этики в бизнесе - думать не только о себе, но и о других.

Стремиться всегда терпеливо выслушивать собеседника, нужно уважать чужое мнение и понимать его.

## 3. Третье правило деловой этики – одеваться как принято.

Главное - одеваться соответственно окружению на службе.

## 4. Четвертое правило - этика делового общения – говорить и писать правильным языком.

Умение человека грамотно говорить влияет в целом на его образ. От умения общаться часто зависят шансы заключить тот или иной контракт. Деловому человеку, для того чтобы преуспеть, надо овладеть и искусством риторики, то есть мастерством красноречия. Очень важно следить и за дикцией - произношением и интонацией. Никогда в деловом общении не льзя употреблять жаргонных словечек и оскорбительных выражений.

Исходя из всего вышесказанного мы можем сделать вывод, что овладение навыками делового общения является необходимым для будущих деловых людей: менеджеров, экономистов и других. Это не просто, как кажется, но и не сложно. Эти навыки в будущем могут сыграть важную роль при заключении сделки или подписании контракта.

Деловой этикет — важнейшая сторона морали профессионального поведения делового человека, предпринимателя.[[6]](#footnote-6) Знание его — необходимое профессиональное качество, которое надо приобретать и постоянно совершенствовать.

**Список использованной литературы**

1. **Бажанова Е. Деловой** этикет**. Почему нужно вести себя так, а не иначе. М.: АСТ, 2009. 226 С.**
2. **Вергилес Э.В. Ведение деловых переговоров. М.:** Московский международный институт эконометрики, информатики, финансов и права, 2003. 26 С.
3. Кузнецова И.Н. Деловой этикет. М.: Юнити, 2005. 431 С.
4. Кузнецова И. Н. Деловой этикет от "А" до "Я". М., 2006. 344 С.
5. Рубин Ю. Б. **Основы бизнеса. М.: Маркет ДС, 2009. 320 С.**
6. Правила делового этикета. Этикет деловых отношений. Этика делового общения. [Электронный ресурс]: Южный куст.URL: http://www.koryazhma.ru/articles/etiket/work.asp (дата обращения: 08.10.2010).

Психология и этика делового общения. [Электронный ресурс]: Синтон. URL: http://www.syntone.ru/library/books/content/2367.html?current\_book\_page=19 (дата обращения: 08.10.2010).

1. Справочник секретаря и офис-менеджера. №4 М:2009. 114 С.
2. Шаповалов Б.А. и Шаповалова Т.М. Бизнес-этикет. М., 2007. 328 С.

**Приложение №1**

**Внешний вид делового мужчины**

**Приложение №2**

**Внешний вид деловой женщины**

1. #  Правила делового этикета. Этикет деловых отношений. Этика делового общения. [Электронный ресурс]: Южный куст. URL: http://www.koryazhma.ru/articles/etiket/work.asp (дата обращения: 08.10.2010).

 [↑](#footnote-ref-1)
2. Психология и этика делового общения. [Электронный ресурс]: Синтон. URL: http://www.syntone.ru/library/books/content/2367.html?current\_book\_page=19 (дата обращения: 08.10.2010). [↑](#footnote-ref-2)
3. Рубин Ю. Б. **Основы бизнеса. М.: Маркет ДС, 2009. С. 152.** [↑](#footnote-ref-3)
4. Психология и этика делового общения. [Электронный ресурс]: Синтон. URL: http://www.syntone.ru/library/books/content/2367.html?current\_book\_page=19 (дата обращения: 12.10.2010). [↑](#footnote-ref-4)
5. Психология и этика делового общения. [Электронный ресурс]: Синтон. URL: http://www.syntone.ru/library/books/content/2367.html?current\_book\_page=19 (дата обращения: 12.10.2010). [↑](#footnote-ref-5)
6. **Бажанова Е. Деловой** этикет**. Почему нужно вести себя так, а не иначе. М.: АСТ, 2009. С.10.** [↑](#footnote-ref-6)