



# Имидж и Этикет



# Литература

- Этика деловых отношений: Учебник / Под ред. А.Я. Кибанова. — М.: ИНФРА-М, 2009. — 368 с. — (Серия «Высшее образование»).
- Бороздина Г.В. Психология делового общения: Учебник.-2-е изд.-М.:ИНФРА-М, 2008.-295 с.

# План

- 1. Имидж делового человека (модели поведения)
- 2. Этикет (понятие, функции, виды)
- 3. Визитные карточки

# 1.Имидж делового человека (модели поведения)

Имидж — это искусство управлять  
впечатлением.

*Э Гофман*

# Под имиджем (от англ. image — образ)

- 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.*

- Понятие **имидж** включает не только естественные свойства личности, но и специально созданные
- Понятие **имидж** подразумевает
- **Внешний облик**
- **Внутренний мир**
- **Психологический тип**

- Многие индивиды от природы обладают привлекательным имиджем, наделены **обаянием**.
- Обаяние — это не столько визуальная привлекательность, сколько полнота доверия, душевная расположенность к людям.



# Приоритетные качества для формирования имиджа

- ***Первая группа*** : коммуникабельность, эмпатичность, рефлексивность, красноречивость
- ***Вторая группа***: нравственные ценности, психическое здоровье и способность к межличностному общению
- ***Третья группа***: жизненный и профессиональный опыт



- Представление о деловом человеке складывается из внешнего впечатления, которое он производит, и оценки его деловых качеств.
- На впечатление, которое производит человек, влияют:



- - его внешний вид;
- - окружающие человека люди и вещи;
- - речь;
- - манеры.

# 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.

- ***Модели поведения***

Во многих случаях имидж — это результат умелой ориентации в конкретной ситуации, правильного выбора **модели поведения (паттерн)** .

- Модель поведения — целостный комплекс знаков (речевых, неречевых, поведенческих), направленный на создание некоторого образа.
- Модель воспринимается как единое целое.

- Выбор модели поведения — это воспроизводство таких вариантов поведения, которые при повседневном общении помогают личности стать привлекательной.



# Типы моделей поведения

- **Этикетные модели** (предписания)
- **Стратегические модели** (рекомендации, как вести себя, чтобы достичь определённой цели)



В основе модели поведения лежит идея **самоподачи, самопрезентации.**

**Самопрезентация** осуществляется :

- Сознательно или бессознательно
- Прямо или косвенно



**Правильный выбор модели поведения  
осуществляется на основании следующих  
критериев:**

- нравственная безупречность
- учет конкретной ситуации, в которой личность действует или оказалась по стечению обстоятельств;
- цель, которую ставит перед собой личность;
- самокритичная оценка существенных возможностей использования конкретной модели поведения.
- половая отнесенность личности



- ЭТИКЕТ ДЕЛОВОГО  
ЧЕЛОВЕКА



- Во французский язык слово «этикет» пришло, из голландского.
- Первоосновой послужило слово *sticke* – колышек, шпенек, к которому привязывалась бумажка с названием товара, позднее- сама эта бумажка (этикетка).

- **Этикет** — это совокупность правил поведения, регулирующих внешние проявления человеческих взаимоотношений (обхождение с окружающими, формы общения и приветствия, поведение в общественных местах, манеры и одежду).



- Этикетные отношения обусловлены, прежде всего, неравным статусом участников общения (например, возрастом, полом, социальным положением).



- Идеальная норма поведения, закрепленная этикетом, не часто совпадает с реальным поведением.
- По природе своей этикет – игра.



- Этикет – это и система знаков, и особая форма поведения, и специфическая форма регуляции человеческого общения.

# Виды этикета

- **Деловой этикет** регламентирует поведение людей, связанное с выполнением ими служебных обязанностей.



# Неофициальный (светский) этикет

- упорядочивает общение в сфере досуга и удовлетворения материальных и духовных потребностей (при приеме пищи, подборе элементов одежды, организации торжеств, посещении театральных спектаклей, концертов, спортивных зрелищ и т. п.).





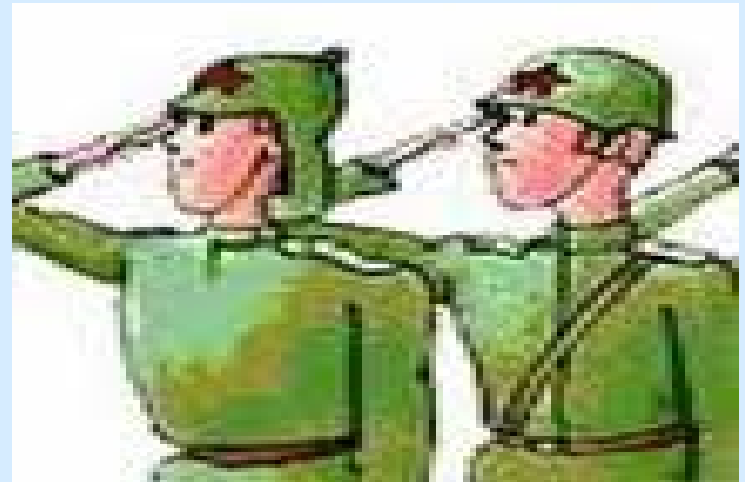
# дипломатический этикет

- – правила поведения дипломатов и других официальных лиц при контактах друг с другом на различных дипломатических приемах, визитах, переговорах;



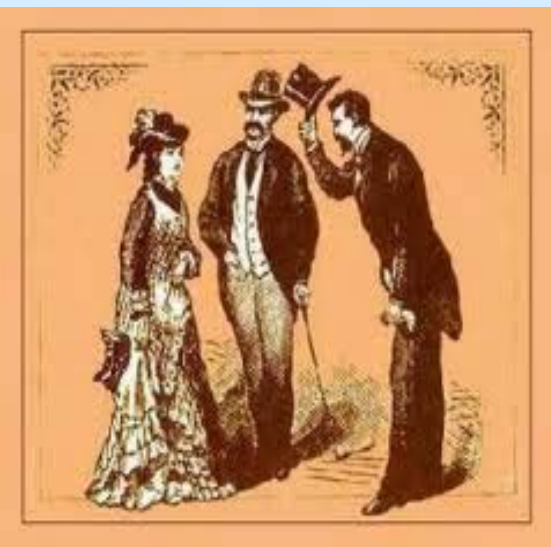
# ВОИНСКИЙ ЭТИКЕТ

- – свод общепринятых в армии правил, норм и манер поведения военнослужащих во всех сферах их деятельности;



# общегражданский этикет

- – совокупность правил и традиций, соблюдаемых гражданами при общении друг с другом



- **Визитная карточка**



- Визитная карточка — небольшой лист тонкого картона (или плотной бумаги высокого качества), на котором напечатаны основные сведения о ее владельце.

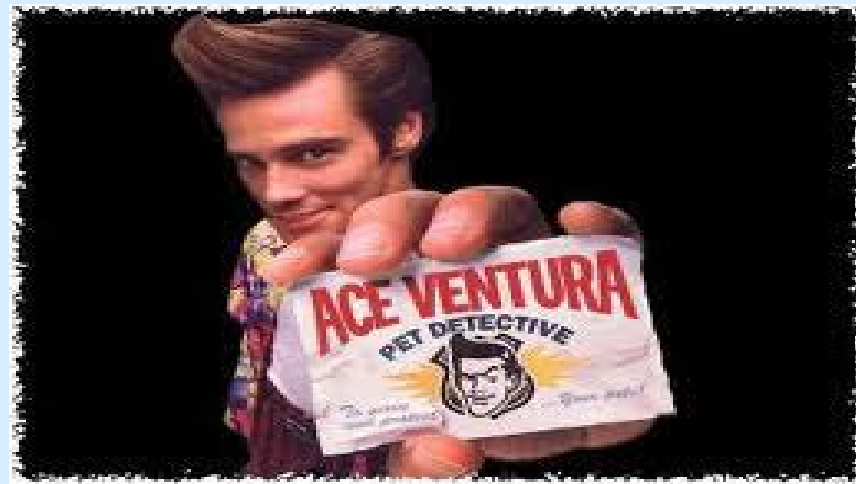


- В странах с развитой рыночной экономикой (как Запада, так и Востока) визитные карточки играют важную роль в современном деловом этикете и в большинстве случаев заменяют любой документ, в т. ч. удостоверение личности.



При выполнении **представительской функции** наиболее известны следующие виды визитных карточек:

- **1. Карточка для специальных и представительских целей**, на которой указывают фамилию, имя, отчество, полное название фирмы, должность, но не проставляют координаты — адрес и телефон.



# Стандартная деловая карточка

- на которой указывают фамилию, имя, отчество, место работы, должность, служебный телефон, телефакс (телекс). Вручение такой карточки свидетельствует о намерении ее владельца установить тесные взаимосвязи с представленным ему лицом.





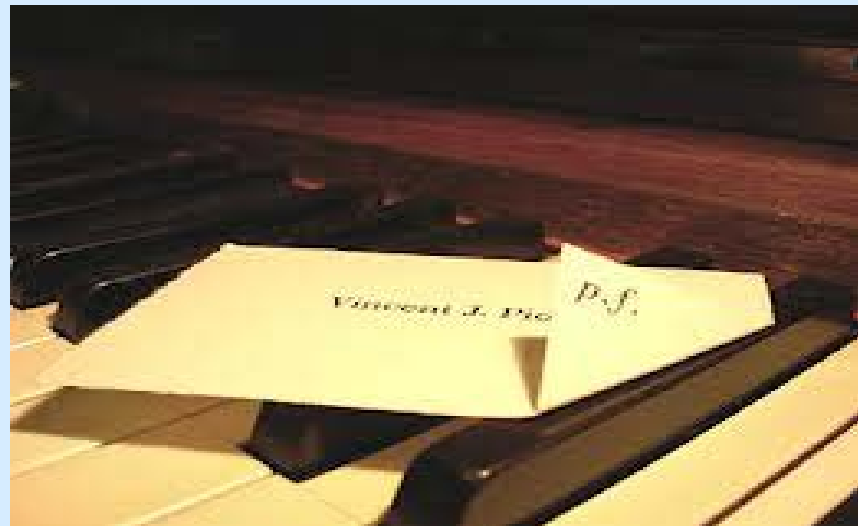
# Карточка организации (фирмы)

- на которой указывают адрес, телефон, телефакс (телекс). С такой карточкой отправляют поздравления, подарки, цветы, сувениры по случаю знаменательных дат.



# Визитные карточки для неофициального общения

- на которых указывают фамилию, имя, отчество, иногда — профессию, почетные и ученые звания, но не проставляют реквизиты, подчеркивающие официальный статус.



- Разновидностью визитных карточек для неофициального общения являются совместные карточки супругов или **«семейные»** карточки, на которых указывают фамилию, имена и отчества супругов (первым обычно пишется имя жены), а также домашний адрес и телефон.

**КУЧЕРЕНКО**

Володимир Васильович

Оксана Олександрівна

Тел. (044) 5179463

- В России распространены визитные карточки с двусторонним текстом: на русском языке с одной стороны и на иностранном, чаще всего английском, — с другой.



- Визитная карточка — одна из составляющих имиджа фирмы, выражение и индивидуального, и корпоративного стиля.



# стандарты оформления деловых карточек

- Имя руководящего сотрудника фирмы печатается в центре карточки, должность — более мелким шрифтом под именем.
- Название, адрес фирмы помещаются в левом нижнем углу.
- Номер телефона, телефакса — в нижнем правом.

# стандарты оформления деловых карточек

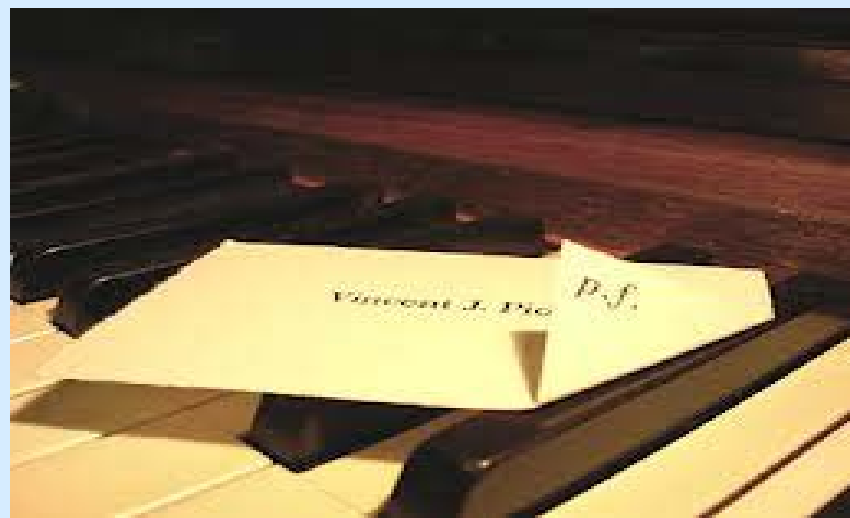
- На карточке представителя государственного учреждения может быть изображен герб страны, а на карточке работника фирмы — фирменная эмблема.
- Наиболее распространенный размер визитной карточки — 9x5 см.
- Визитные карточки печатаются на плотной мелованной бумаге.
- Классическим вариантом считается визитная карточка белого цвета со строгим черным шрифтом

# При выполнении функции письменного послания

- настоящее время в левом верхнем или нижнем углу визитной карточки проставляются установившиеся в международном протоколе обозначения (начальные буквы соответствующих французских слов), указывающие на повод, по которому посылается карточка, а именно:



- **P.f.** — поздравление с праздником (**p.f.N.A.** — поздравление по случаю Нового года);
- **P.r.** — выражение благодарности;
- **p.f.c.** — выражение удовлетворения знакомством;
- **p.c.** — выражение соболезнования;
- **p.p.p.** — выражение соболезнования с готовностью помочь;
- **p.p.** — для заочного представления;
- **p.p.c.** — при прощании вместо личного визита (например, в случае длительного отпуска или окончательного отъезда из страны пребывания).



- На визитные карточки с буквами **р.г.**, **р.р.с.** принято не отвечать.
- В ответ на визитные карточки с буквами **р.с.**, **р.ф.**, **р.р.р.** посылают свою визитку с буквами **р.г.**, т. е. благодарят.
- На визитку с сокращениями **р.р.** ответ дается в адрес представляемого лица визитной карточкой без подписи. Это означает, что представление принято и можно налаживать личные контакты.

- С визитной карточкой посылают цветы, подарки и т. п.
- Если визитная карточка прилагается к подарку, ее вкладывают в коробку с подарком или в букет цветов.
- Если цветы посылаются по случаю похорон, никакой приписки на карточке делать не следует.



- Визитные карточки, завозимые владельцем непосредственно, загибаются с правой стороны (загнутый угол означает личное посещение); посылаемые визитные карточки не загибаются.
- На визитные карточки ответ полагается давать визитной карточкой в течение 24 часов после их получения.

- Визитная карточка представляет собой «портрет» конкретной личности, так что обращаться с нею надлежит очень аккуратно.
- Анализ визитной карточки (такая работа во многих фирмах ведется постоянно) может дать дополнительную информацию о статусе ее владельца, организации, которую он представляет.