

Міністерство освіти і науки України
Мукачівський державний університет
кафедра філологічних дисциплін та соціальних комунікацій



Прокопович Л.С.

Діловий етикет

Конспект лекцій

для студентів 2 курсу
денної форми навчання
спеціальності 029 «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа»

Мукачево,
МДУ, 2019

УДК: 174 (042.4) (075.8)

*Розглянуто та рекомендовано до друку науково-методичною радою
Мукачівського державного університету
протокол №__ від _____ 2019 р.*

*Обговорено та схвалено на засіданні кафедри філологічних дисциплін та
соціальних комунікацій, протоколом № 6 25 січня 2019 р.*

Укладач:

Прокопович Л.С. – канд. філол. наук., доц. кафедри
філологічних дисциплін та соціальних комунікацій.

Рецензент

**Конспект лекцій «Діловий етикет» / укладач Л.С. Прокопович -
Мукачєво: МДУ, 2019. – с. (__ др. арк.)**

У навчальному посібнику викладено базові положення теорії мовленнєвої культури ділових та професійних стосунків, охарактеризовано специфіку ділового спілкування, розкрито особливості мовленнєвої культури як складника професійної майстерності. Розглянуто питання: етикет у сучасному світі, історію розвитку норм етикету та специфіку ділового етикету, соціально-психологічний феномен іміджу ділової людини та ділової репутації, види та форми ділового спілкування та особливості дистанційного ділового спілкування, норми поведінки ділової людини під час прийомів. Подано основні правила поведіння з державною символікою. Вміщено також питання національної та регіональної специфіки ділового етикету та гендерної рівності в сучасному діловому спілкуванні.

Подано контрольні питання та питання для самостійного опрацювання.

Адресоване студентам спеціальності 029 «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа» денної форм навчання МДУ при вивченні навчальної дисципліни «Діловий етикет».

© МДУ
© Прокопович Л.С., 2019

ЗМІСТ

| | |
|-------------------------------------------------------------------------------|----|
| Вступ..... | 4 |
| Методичні рекомендації щодо опрацювання лекційного матеріалу | 6 |
| Навчально-тематичний план..... | 7 |
| Лекція 1. Діловий етикет: основні поняття | 8 |
| Лекція 2 Робоче місце та зовнішній вигляд ділової людини | 11 |
| Лекція 3. Норми поведінки ділової людини. Етикет прийомів | 15 |
| Лекція 4. Використання національних символів у діловому етикеті | 17 |
| Лекція 5. Мовний і мовленнєвий етикет | 31 |
| Лекція 6. Ділове спілкування. Види та форми ділового спілкування | 24 |
| Лекція 7. Дистанційне ділове спілкування | 26 |
| Лекція 8 Національна та регіональна специфіка ділового етикету | 29 |
| Список використаної та рекомендованої літератури | 33 |

Вступ

Серед навчальних дисциплін, за допомогою яких формується фах спеціаліста з «Інформаційної, бібліотечної та архівної справи», дисципліні «Діловий етикет» належить особливе місце. «Діловий етикет» містить у собі правила і норми, що діють у сфері спілкування між рівними по статусу членами одного колективу (горизонтальні) та наставляння, що визначають характер контакту керівника і підлеглого (вертикальні).

Дисципліна опирається на знання історії державності та культури України, етнології та культурології, української мови за професійним спрямуванням. Вивчення дисципліни «Діловий етикет» у вищих навчальних закладах, особливо гуманітарного спрямування, зумовлене теоретичними і практичними міркуваннями.

Сьогодні при формуванні особистості студента щораз більшої ваги набуває морально-етичний аспект, позаяк знання про культуру поведінки майбутнього фахівця залежить від рівня професійної підготовки. Вивчення дисципліни передбачає також знання правил міжнародного етикету. Спілкування представників різних країн, різних політичних та релігійних поглядів і обрядів, національних традицій і психології, укладів життя і культури потребує не тільки знання іноземних мов, але й умінь поводитися природно, тактовно і достойно, що вкрай необхідно і важливо на зустрічах із людьми з інших країн. Таке умінь не приходить саме собою. Цьому навчає дисципліна «Діловий етикет».

Запропонований посібник курс лекцій складається з таких розділів:

I. Методичні рекомендації щодо опрацювання лекційного матеріалу.

II. Тематика, перелік питань лекційного матеріалу, контрольні питання, питання, що виносяться на самостійне опрацювання;

III. Список використаної та рекомендованої літератури

Предметом вивчення є норми і правила поведінки, що діють у сфері ділового соціокультурного спілкування.

Місце у структурно – логічній схемі. Програма вивчення навчальної дисципліни «Діловий етикет» складена відповідно до освітньо-професійної програми галузі знань 02 «Культура і мистецтво».

Дисципліна «Діловий етикет» входить до циклу загально-професійних дисциплін, призначена для студентів за спеціальністю «029 Інформаційна, бібліотечна та архівна справа»

Міждисциплінарні зв'язки. «Історія української культури», «Етнологія та етнокультурологія», «Українська мова за професійним спрямуванням».

Мета вивчення навчальної дисципліни: формування у студентів системних знань ділового етикету і їх реалізації в діловій практиці для досягнення успішної взаємодії з колегами, керівництвом і партнерами.

Формування практичних навичок і вміння грамотного ділового спілкування, володіння нормами ділового етикету для створення позитивного ділового іміджу.

Завдання викладача, реалізація яких забезпечить досягнення цієї мети, є:

– формування у студентів комунікативної компетенції, яка заснована на знанні ділового етикету;

–забезпечити усвідомлення і засвоєння знань студентів про загальні норми ділового етикету, що ґрунтуються на теорії та практиці професійної культури;

– формування у студентів вмінь використовувати норми та правила етикету в ділових стосунках;

–засвоювання студентами навичок ділового спілкування, враховуючи специфіку національної свідомості комуніканта;

–забезпечити придбання навичок і вміння правильного проведення ділових бесід, переговорів, телефонних ділових переговорів.

В результаті вивчення даного курсу студент повинен:

знати:

– етичні основи сучасного етикету, історію становлення і розвиток етикетних норм і правил поведінки;

– основні принципи сучасного етикету;

– особливості мовного етикету;

– основні правила ділового спілкування, фактори іміджу ділової людини, естетичні вимоги до зовнішнього вигляду;

– методика правильного проведення ділової бесіди, службових, ділових і телефонних переговорів.

вміти:

– користуватись навичками позитивного спілкування в діловому і особистому житті і застосовувати їх з метою досягнення успіхів в професійній кар'єрі;

– використовувати отримані знання в професійній діяльності з урахуванням психологічних основ для організації індивідуальної діяльності або колективної взаємодії.;

– ставити і вирішувати задачі в галузі своєї професійної компетенції.

Загальні компетентності: здатність застосовувати знання на практиці; уміння планувати та розподіляти час; уміння працювати самостійно; здатність до прийняття рішень; здатність до аналізу та порівняння отриманої інформації з іншими джерелами; здатність до самокритики; турбота про якість виконаної роботи; здатність до письмової і усної комунікації рідною мовою; базові знання в галузі, необхідні для освоєння дисципліни.

Методичні рекомендації щодо опрацювання лекційного матеріалу

Обов'язковий компонент процесу навчання у вищій школі і є лекційні заняття, призначені для поглибленого вивчення навчальної дисципліни.

Опрацювання лекційного матеріалу. Важливу роль у СРС відіграють лекції. Вони слугують тим підґрунтям та інструментом, що спрямовують студентів до найраціональнішого вивчення навчальної дисципліни, дають йому знання в обсязі, необхідному для подальшого поглибленого вивчення навчальної дисципліни, роз'яснюють найскладніші поняття та положення навчальної дисципліни. Плідна робота студентів на лекціях є запорукою подальшого успішного оволодіння тим необхідним масивом знань, що сприятиме формуванню із студента фахівця з необхідним рівнем знань та навичок.

На початку лекції, як правило, викладач оголошує її тему, план проведення та необхідну навчальну літературу і нормативно-правові джерела на наукову і спеціальну літературу на яку він також посилається у ході лекції.

Тому студенти повинні уважно слухати викладача, аналізувати отримувану інформацію, а також конспектувати найважливіші та необхідні масиви інформації.

Наприкінці лекції можна поставити викладачеві запитання, отримати роз'яснення незрозумілих положень.

Належне ведення конспекту забезпечить збереження необхідної інформації, яку у будь-який час можна буде проаналізувати.

Робота над конспектами лекцій.. При підготовці до практичних занять студент уважно читає складений ним конспект лекції та аналізує повторно отримувану інформацію, звіряє наявність викладеного на лекції та законспектованого ним матеріалу із планом практичного заняття, що знаходиться у навчально-методичному комплексі та методичних матеріалах для практичних занять із обраної дисципліни.

При відсутності у конспекті матеріалу з окремих питань лекції, неповне розкриття того чи іншого питання або винесення їх на самостійне опрацювання чи написання реферату, доповіді зобов'язує студента звернутися до рекомендованих підручників, навчальних посібників і нормативно-правових актів.

Навчально-тематичний план

Тема 1. Діловий етикет: основні поняття Поняття «етикет», «церемоніал», «протокол». Ввічливість, тактовність, почуття міри як основа етикету. Історія розвитку норм етикету. Основні підсистеми і основні правила ділового етикету та їх специфіка.

Тема 2. Робоче місце та зовнішній вигляд ділової людини Соціально-психологічний феномен іміджу ділової людини. Ділова репутація. Значення зовнішнього вигляду ділової людини. Повсякденний стиль . Зовнішній вигляд ділового чоловіка. Зовнішній вигляд ділової жінки . Вечірній стиль. Косметика. Макіяж. Парфуми. Постава, хода та манери.

Тема 3. Норми поведінки ділової людини. Етикет прийомів Основні вимоги до поведінки ділової людини. Професійна етика. Норми поведінки на офіційних заходах. Правила вручення і прийняття подарунків. Правила етикету за столом: норми та культура поведінки.

Тема 4. Використання національних символів у діловому етикеті Поняття «символ», «символіка», «емблема». Значення геральдики в сучасному світі. Історія геральдики України. Національні символи України – прапор, гімн, герб. Правила поводження з державною символікою.

Тема 5. Мовний і мовленнєвий етикет Поняття мовного і мовленнєвого етикету. Етикетна поведінка учасників акту спілкування Особливості звертання. Невербальні засоби спілкування.

Тема 6. Види та форми ділового спілкування Ділова бесіда. Правила підготовки та проведення ділової бесіди. Переговори, їх види, правила проведення. Нарada: її види, правила проведення. Публічний виступ. Спілкування з колегами, підлеглими, керівництвом.

Тема 7. Дистанційне ділове спілкування Особливості дистанційного ділового спілкування. . Етикет телефонної розмови. Культура ділового листування. Основні правила ділового листування. Електронне ділове листування. Норми ділової Інтернет-комунікації.

Тема 8. Національна та регіональна специфіка ділового етикету . Полікультурність сучасного світу. Стереотипи поведінки в різних країнах світу. Національна та регіональна специфіка ділового етикету. Проблеми гендерної рівності в сучасному діловому спілкуванні.



ЛЕКЦІЯ 1

Тема. Діловий етикет: основні поняття

1. Поняття «етикет», «церемоніал», «протокол».
2. Ввічливість, тактовність, почуття міри як основа етикету.
3. Історія розвитку норм етикету.
4. Основні підсистеми і основні правила ділового етикету та їх специфіка.

Ключові слова: етикет, церемоніал, протокол, атрибутика, придворний, світський, дипломатичний етикет, кінетика, проксеміка.

1. Поняття «етикет», «церемоніал», «протокол»

Слово «етика» походить від давньогрецького слова «етос», яке з часом змінило своє значення. В далекому минулому це слово означало «місце перебування» (житло), потім – «стабільний характер», що формується в результаті спілкування. Аристотель назвав *етику* науку, яка вивчає добродієвість людини. Аналогом грецького «етос» було латинське «мор», від якого Цицерон утворив прикметник «моральний». Спочатку етика та мораль використовувались як слова синоніми.

Зараз деякі фахівці схиляють до думки, що етика - це частина моралі. Мораль охоплює суспільство в цілому і вивчає такі поняття як чесність, справедливість, добродієвість і т. д., тоді як *етика* стосується визначеної групи людей. Наприклад, однією з заповідей Божих є заповідь «Не убий». Але існує армія, часто виникають війни, де стріляють. Як бути військовим? Тому виникла етика конкретної сфери діяльності, тобто професійна етика. Так виникли лікарська етика, журналістська, викладацька, студентська, етика менеджера, як сукупність норм і правил поведінки людини в діловому середовищі.

Церемоніал (лат. saegimonialis – обрядовий, культовий, від saegimonia — святість, шанування, культ) — встановлений порядок проведення церемоній для того чи іншого випадку. Виділяють дипломатичний церемоніал та військово-морський церемоніал. Військово-морський церемоніал може супроводжуватися салютом, виконанням державних гімнів, вишикуванням екіпажу, підняттям (приспущенням) прапора тощо.

Слово "*протокол*" вживається у значеннях: 1. «Документ, який містить запис усього, про що йшла мова на зборах, засіданні, допиті і т. ін.» 2. «Документ, який засвідчує певний факт, подію і т. ін.» 3. «Писемна угода між державами; одна з назв міжнародного договору». Найважливіші правила спілкування між представниками різних країн охоплені в діловому протоколі

та етикеті. У їх основі лежать принципи дипломатичного протоколу та етикету.

Протокол визначає межі, методи, поведінку і етикет, встановлює правила офіційного та особистого листування, тобто все необхідне кожному учаснику ділового спілкування відповідно до його місця і для виявлення до нього поваги.

2. Ввічливість, тактовність, почуття міри як основа етикету

Усім відомий вираз «холодна ввічливість». Епітет «холодна» щодо прекрасної людської якості не тільки вбиває її сутність, але й перетворює її на повну протилежність.

Справжня *ввічливість* може бути лише доброзичливою, а не «крижаною», «презирливою» і т. ін., тому що вона є одним із проявів справді широї і безкорисливої доброзичливості до людей, з якими доводиться зустрічатися на роботі, у родині, у громадських місцях.

Одним із головних елементів увічливості вважають уміння запам'ятовувати імена. Ось як про це говорить Д. Карнегі: «Більшість людей не запам'ятовують імен із тієї причини, що не хочуть витратити час і енергію на те, щоб зосередитися, затвердити, назавжди закарбувати ці імена у своїй пам'яті. Вони шукають для себе виправдань у тому, що занадто зайняті. Однак вони навряд чи більш зайняті, ніж Франклін Рузвельт, а він знаходив час для того, щоб запам'ятати і при нагоді воскресити в пам'яті навіть імена механіків, із якими йому випадало стикатися. Франклін Рузвельт знав, що один із найпростіших, найдохідливіших і найдійовіших способів завоювати прихильність оточуючих — це запам'ятати їхні імена і навіяти їм усвідомлення власної значущості».

Тактовність і чуйність. Тактовність і чуйність — ці дві якості містять у собі таке поняття, як почуття міри, якої варто дотримуватися в розмові, в особистих і службових стосунках. Тактовна людина завжди враховує вікову різницю зі співрозмовником, статеvu приналежність, суспільне становище, місце розмови, наявність або відсутність сторонніх.

Точність означає вміння шанувати своє слово, не кидати його на вітер. Якщо людина завжди виконує те, що обіцяє, якщо приходиться о тій годині, на яку призначено зустріч, значить, на таку людину можна покластися. Виконуючи вимоги точності у ділових, службових відносинах, у громадському житті, людина не підведе колектив, не зірве виконання важливих завдань, не порушить ритм виробничої діяльності.

3. Історія розвитку норм етикету.

Етикет як і будь-яке явище має свою історію, в якій відображається його становлення та розвиток.

Термін "етикет" з'явився у XVIII ст. у Франції за часів правління короля Людовіка XIV. У буквальному перекладі з французької (*l'etiquette*) - це ярлик, церемоніал, норма поведінки.

Чітко дотримувалися етикетних правил при дворах французьких, англійських та особливо іспанських королів. Історія пам'ятає трагічний випадок, що стався з іспанським королем Філіпом III. Якось він сидів біля каміна, в якому сильно розгорілося полум'я. Король нікому з придворних не дозволив поставити заслінку, бо це мав зробити відповідальний за церемоніал вогню, а він саме кудись відійшов. Однак Філіп III згідно з етикетом гасити вогонь не мав права і не рушив з місця, виявляючи стійкість своєї монаршої честі. Така впертість призвела до того, що монарх отримав сильні опіки і за кілька днів помер.

Етикет - це мовчазна мова, завдяки якій можна багато сказати і побачити. По тому, як людина поводить, як входить, вітається, сидить, їсть, як говорить судять про рівень її культури, освіти, про ділові і моральні якості. Слушно це чи ні, але від цього зазвичай залежить прийняття важливих рішень як в особистому житті, так і в професійних стосунках. Отже, від того, як ми поведимося, як вміємо себе подати залежить наш успіх.

4. Основні підсистеми і основні правила ділового етикету та їх специфіка

Виділяють чотири основні підсистеми етикету.

I — мовленнєвий, або вербальний етикет. Мовленнєвий етикет регламентує словесні формули вітання, знайомства, поздоровлення, побажання, прохання, поради, запрошення, співчуття. Це ж стосується манери спілкування та мистецтва вести бесіду.

II — міміка та жести, або кінетика. У багатьох народів є своєрідні жести привітання, прощання, згоди, заперечення. Міміка, погляд, вираз обличчя свідчать про ставлення до співрозмовника.

III - організація простору в етикеті, або етикетна проксеміка В етикеті важливе значення має розташування співрозмовників у просторі, дистанція між ними, фізичний контакт. Необхідно також знати, яке місце в кімнаті чи за столом можна зайняти, які пози допустимі.

IV — речі в етикеті, або етикетна атрибутика. До етикетної атрибутики належать одяг, головний убір, прикраси, подарунки, квіти тощо.

Діловий етикет містить у собі дві групи правил:

- норми, що діють у сфері спілкування між рівними по статусу, членами одного колективу (горизонтальні);
- наставлення, що визначають характер контакту керівника і підлеглого (вертикальні).

Сучасний діловий етикет - це глибоке знання пристойності, вміння тримати себе в колективі так, щоб заслужити загальне повагу і не образити при цьому своєю поведінкою іншого.

Контрольні запитання

1. Що таке етика? Чи погоджуєтесь ви з думкою сучасних фахівців, що етика – це частина моралі?
2. Що таке церемоніал? Наведіть приклади церемоніалу.
3. З'ясуйте, в яких значеннях вживається слово протокол?
4. Назвіть основні підсистеми етикету .
5. В чому полягає специфіка ділового етикету.

Питання , що виносяться на самостійне опрацювання

1. Підготуйте розповідь про відоме «Поученіє» князя Володимира Мономаха у Стародавній Русі поч..XII ст.



Список використаної та рекомендованої літератури

Основна : 1, 3, 4, 11, 12, 14.

Додаткова : 1, 5, 9.



ЛЕКЦІЯ 2

Тема: Робоче місце та зовнішній вигляд ділової людини

1. Соціально-психологічний феномен іміджу ділової людини. Ділова репутація.

2. Значення зовнішнього вигляду ділової людини. Повсякденний стиль

3. Зовнішній вигляд ділового чоловіка і жінки.

4 Вечірній стиль.

Ключові слова: імідж, репутація, повсякденний стиль, вечірній стиль, фрак, смокінг.

1. Соціально-психологічний феномен іміджу ділової людини. Ділова репутація

Зовнішній вигляд і манери поведінки виявляються у сукупності, створюючи образ людини, який оцінює оточення. Образ, який свідомо формується з розрахунком на сприйняття іншими, називають *іміджем*. Це узагальнений та емоційно забарвлений образ конкретного об'єкта, що існує в масовій свідомості. Кажуть, що імідж ділової людини — це коштовність, ключ до вирішення багатьох проблем. Він формується як на основі реальної поведінки людини, так і під впливом оцінок та думок інших людей.

Імідж буває постійним і ситуативним, а елементами, які створюють імідж людини, є такі:

- візуальне сприймання: фізична привабливість, манери та їх привабливість, одяг та аксесуари;
- інтелектуальне сприймання: особистісні характеристики, які виявляються під час спілкування та взаємодії;
- статусне сприймання: професія, посада, становище у суспільстві;
- соціальний фон: особистісні характеристики оточення — сім'я, друзі, знайомі, колеги.
- моральні цінності та манери поведінки.

Під *репутацією* розуміємо набуту кимось або чимось громадську оцінку, загальну думку про якості, чесноти та недоліки кого-небудь або чого-небудь. Позитивна ділова репутація надовго визначає ділові стосунки, полегшує прийняття вигідних рішень. І якщо зустрічають по одязі, тобто формується образ людини, сприймається її імідж — те, який вигляд вона має; то проводжають по розуму, тобто склавши певне судження про цей образ.

2. Значення зовнішнього вигляду ділової людини. Повсякденний стиль

Зрозуміло, що вибір одягу — власна справа кожної людини. Вбрання, що ви купуєте і носите, відображає вашу індивідуальність. Багато хто помилково вважає, що підбір ділового одягу/компонування ділового гардеробу — справа нудна і передбачає малий елемент творчості та польоту фантазії.

Ваше рішення щодо того чи іншого елемента гардеробу, насамперед, має базуватися на таких ключових моментах:

- Ваш одяг повинен "вписуватися" у робочу атмосферу місця вашої роботи.
- Ваш одяг має відповідати очікуванням та уявленням про нього осіб, які з вами працюють (начальство, колеги, клієнти, ділові партнери).

Сучасну ділову людину у питаннях одягу можна порівняти з хамелеоном. Те, що ви одягаєте на роботу в певний день, залежить від того, що ви робите у цей день (якими саме є ваші сьогоднішні плани). Якщо ви не маєте ніяких спеціальних планів і цілий день працюватимете в офісі, установі, фірмі ви можете вибрати менш формальний одяг, наприклад, відмовитися від краватки; якщо ж у вас запланована зустріч з діловим партнером, клієнтом, який (ви певні) буде з краваткою, ви, зрозуміло, теж одягнете її.

3. Зовнішній вигляд ділового чоловіка і жінки.

Чоловіки, як правило, мають менший вибір в одязі, ніж жінки, але це зовсім не означає, що вони не повинні думати про свій гардероб. Насправді саме цей утруднений (менш широкий) вибір приводить до того, що одяг чоловіка передає більше інформації про його власника. Вам необхідно виробити стиль, який би відображав вашу індивідуальність і власний смак.

Є два різних типи одягу, прийнятних для чоловіків-бізнесменів і, ширше, ділових людей: 1) костюм, що складається з двох частин; 2) окремі піджак та брюки, що комбінуються.

Костюм. Діловий костюм, який складається з двох частин (піджака та брюк), є найкращим вибором для ділової людини. Вважається, що ділова людина повинна мати не менше п'яти костюмів. Вибір кольорів. Темно-синій, сірий та колір вугілля є кольорами влади ("сильними" кольорами). Варто бути обережним з чорним кольором, тому що він може залякувати оточуючих.

Сорочки. Чоловічі ділові сорочки мають завжди бути з довгими рукавами, незалежно від пори року. При цьому краї рукавів повинні приблизно на 1,5 см визирати з-під краю рукавів піджака.

Вибір кольорів. Однотонні сорочки найбільше підходять діловій людині, при цьому білий колір залишається найкращим і найбільш безпечним варіантом.

Краватка. Кінець краватки має знаходитися на рівні середини паска, але не вище, ніж його верхній край. Ширина краватки має дорівнювати приблизно 7,5 см, при цьому варто не забувати, що з часом вона змінюється.

Вибір кольорів. Колір краватки і колір костюма мають доповнювати один одного, але при цьому не збігатися.

Взуття. Ті, хто вас оточує завжди дивляться на ваше взуття, тому вам варто звертати на нього не меншу (якщо не більшу) увагу, ніж на одяг. Вашим вибором може бути як шкіряне взуття зі шнурками, так і без них. При цьому будьте дуже обережні з черевиками без шнурків, спереду на яких висить пара декоративних вузликів. У принципі, вони є менш офіційними, а у деяких сферах професійної діяльності взагалі сприймаються як "домашні капці". Колір черевиків не повинен бути світлішим за колір брюк.

Жіночий діловий гардероб значно різноманітніший, ніж чоловічий, але при цьому він має комплектуватися відповідно до основних напрямків такого роду одягу. Водночас кожній жінці варто намагатися створити свій індивідуальний стиль, який якнайкраще відображає її особистість та власний смак.

Є три основні напрямки / стилі ділового одягу для жінок, які визначають, що саме є центром гардеробу: 1) костюм зі спідницею; 2) блейзер або жакет, який комбінується з іншими елементами гардеробу та 3) плаття, яке включає одну чи дві частини.

Костюм є рекомендованим стандартом для вашого ділового гардеробу. Він створює вигідний, сильний імідж. Щоб виглядати вищою та стрункішою, вибирайте костюм одного кольору.

Плаття. Плаття, яке складається з одного чи двох компонентів/частин, можна носити окремо або з жакетом. Хоча в цілому плаття не створює такого

сильного професійного іміджу, як костюм, але до певних ситуацій воно може дуже підходити.

Взуття. Класичні шкіряні туфлі — найпоширеніший варіант ділового взуття для жінок, тому що вони одночасно і зручні, і виглядають привабливо. Рекомендована висота підбора: 2,5—5 см. Уникайте сандалів, взуття з відкритими носами чи п'ятками.

Прикраси. Бути діловою жінкою не означає відмовитися від прикрас. Каблучки, сережки, браслети, ланцюжки — все це завжди підкреслює зовнішність жінки. Проте слід пам'ятати, велика кількість прикрас не відповідає іміджу ділової жінки. Не рекомендується одночасно надягати прикраси з різних матеріалів чи витриманих у різних стилях, наприклад, срібний ланцюжок і пластмасові прикраси; золоті і срібні прикраси.

5. Вечірній стиль

Ділове життя не вичерпується лише роботою в офісі, організації, діловими зустрічами. Воно включає також офіційні прийоми.

На офіційні прийоми, які розпочинаються до 20.00 чоловікам рекомендується одягати повсякденний діловий костюм.

На прийоми, що розпочинаються після 20.00, або прийоми, які стосуються національних свят, слід одягати костюм чорного або будь-якого темного кольору.

На всі види прийомів бажано одягати білу сорочку.

До офіційних прийомів традиційно використовують *фрак і смокінг*.

Як правило у запрошеннях завжди вказується, в якому одязі треба прийти на прийом. Якщо у лівому нижньому кутку запрошення зазначено: “White tie” (“Біла краватка”) або “Evening dress” (“Вечірній одяг”) — це означає фрак; “Black tie” (“Чорна краватка”) — смокінг; “Undress” (“Простий костюм”) — діловий костюм.

Фрак — це чоловічий костюм, рід сюртука з вирізаними спереду полами і довгими вузькими фалдами ззаду.

Смокінг — піджак з чорного сукна, припасований до талії, з блискучими шовковими вилогами і застебнутий на один гудзик.

Фрак і смокінг — одяг особливий. Його носіння — данина досить давнім традиціям і тому він є строго регламентованим.

Контрольні запитання

1. Що таке імідж? Які елементи створюють імідж людини?
2. Що таке ділова репутація ?
3. Чому вибір одягу ділової людини не може базуватися на власних смаках та уподобаннях?
4. Що ви розумієте під поняттям «повсякденний стиль», «вечірній стиль»?
5. Як ви розумієте вислів «Краща косметика та, яку ніхто не бачить»

Питання, що виносяться на самостійне опрацювання

1. Складіть рекомендації, як повинні одягатися діловий чоловік і жінка на вечірній прийом.



Список використаної та рекомендованої літератури

Основна :3,4, 10, 11, 13.

Додаткова :4.



ЛЕКЦІЯ 3

Тема. **Норми поведінки ділової людини. Етикет прийомів**

1. Основні вимоги до поведінки ділової людини.
2. Професійна етика.
3. Норми поведінки на офіційних заходах.
4. Правила вручення і прийняття подарунків.

Ключові слова: професійна етика, ділові зустрічі, професійна честь, професійний обов'язок, застільний етикет

1. Основні вимоги до поведінки ділової людини

У поведінці ділової людини певну роль грає будь-яка дрібниця, тому вона повинна постійно контролювати свою поведінку, знаючи, що можна собі дозволити, а чого не можна. Це основа етикету.

Прямуючи на запрошення, на прийом, критично оцінить свою зовнішність, зачіску, костюм, взуття. Вони, як уже було сказано, не повинні бути екстравагантними, кричущими. Найголовніше – це як раз природність у зовнішності і в поведінці. Не можна забувати, що при безпосередньому діловому спілкуванні дотримання прийнятого етикету, узвичаєних норм поведінки необхідно, так як навіть найнезначніші промахи в поведінці не лишаються непоміченими.

2. Професійна етика.

Професійна етика – це суспільна необхідність, породжена специфікою професійної діяльності державних службовців та соціальним контекстом, у якому вона функціонує, набуваючи усталеності й визнаної нормативності, стає важливим засобом соціалізації й, навіть, визначенням професійної відповідності, індикатором професійного добору. *Основні, визначальні категорії професійної етики – професійна честь і професійний обов'язок.* Перша є головний елемент структури професійної свідомості, друга – визначальний механізм її імперативності, обов'язковості; у сукупності вони забезпечують соціальну і професійну відповідальність службовця, ділової людини.

Існують правила професійної етики :

- не можна впливати на підлеглих нищівною критикою;
- не слід шукати винних, краще шукати причини і шляхи подолання наслідків;
- не принижувати гідності працівника, а краще проаналізувати його дії;
- не пред'являти претензій до працівника у присутності інших співпрацівників, краще висловити їх наодинці;
- якщо треба висловити негативну оцінку, то мову слід вести лише про результати діяльності, а не про особистість працівника;
- не обмежувати самостійність і свободу людей, потрібно їм довіряти і сприяти їх ініціативі, бажанню генерувати ідеї та ін.

3. Норми поведінки на офіційних заходах

Офіційні заходи або прийоми влаштовуються з нагоди завершення якої-небудь визначної події, національного, релігійного та професійного свята, ювілейних дат, важливих заходів – виставок, конференцій, симпозіумів, випуску ювілейного видання чи моделі, отримання великого виграшу, на честь прибулої на фірму іноземної делегації чи високого гостя.

Час і засоби для організації прийомів залежать від обставин, але в будь-якому випадку це питання необхідно вивчити завчасно і підготуватися якомога ретельніше. При цьому сторона (особа), яка проводить прийом, заздалегідь повинна виконати таку підготовчу роботу, а саме: визначити вид прийому; скласти список запрошених осіб; підготувати і завчасно розіслати запрошення; підготувати приміщення; скласти, якщо необхідно, план розміщення запрошених; визначити (скласти) меню, продумати сервіровку столу і порядок обслуговування гостей; підготувати тости і промови (на прийомах з розміщенням); скласти схему і порядок проведення прийому, розподілити обов'язки між тими, хто готує прийом.

Прийом вважається *офіційним*, якщо запрошені – виключно посадові особи. Чоловіки мають бути присутні на офіційних прийомах без жінок, а запрошені з огляду на соціальне становище жінки – без чоловіків (сніданок, на який запрошуються чоловіки разом з жінками, вважається *неофіційним* незалежно від кількості запрошених).

4. Правила вручення і прийняття подарунків

Процес вручення та отримання подарунків міцно увійшов в ділове життя нашого суспільства

Дуже важливим моментом в процесі дарування подарунків є наявність відповідного приводу. Щоб зробити подарунок, треба мати очевидний для всіх і законну підставу і, крім того, перебувати з людиною, якій даруєте, в хороших стосунках.

Подарунки можна робити при *вітанні*: • з народженням дитини;

вступом у шлюб;отриманням нагороди або премії; підвищенням на посаді;публікацією в газеті чи журналі, виступом на телебаченні; присвоєнням наукового ступеня або наукового звання. Подарунки можна робити з нагоди:виходу на пенсію; ювілеїв; круглих дат у трудовій діяльності.

Загальні правила вручення подарунків

- Подарунок віддає тому, кому він призначений, той, хто дарує.
- При врученні подарунка не можна натякати на його вартість і зусилля, витрачені на його придбання.
- Особливу увагу слід звернути на упаковку. Красиво упакувати подарунок допоможуть в магазині, але якщо у вас є художній смак, то з цим завданням доцільно впоратися самому.
- При врученні подарунка слід бути щирим, ввічливим і тактовним..

Контрольні запитання

- 1.Що є основною нормою поведінки ділової людини?
2. Сформулюйте основні правила професійної етики
- 3.Що таке офіційний і неофіційний прийом ?
4. Охарактеризуйте загальні правила вручення та отримання подарунків
5. Сформулюйте правила застільного етикету.

Питання,що виносяться на самостійне опрацювання

- 1.Складіть текст привітання з побажаннями до: а) до Дня незалежності України;
б) знаменитої події життя адресата.
2. Підготуйте питання «Висловлення схвалення і зауваження», «Прощання з учасниками круглого столу»



Список використаної та рекомендованої літератури

Основна :3,4, 10, 11, 13.

Додаткова : 1, 4, 9.



ЛЕКЦІЯ 4

Тема. Використання національних символів у діловому етикеті

1. Поняття «символ», «символіка», «емблема».
2. Значення геральдики в сучасному світі. Історія геральдики України.
3. Національні символи України – прапор, гімн, герб.
4. Правила поведження з державною символікою.

Ключові слова: символ, символіка, емблема, герб, геральдика, штандарт гербового етикету

1. Поняття «символ», «символіка», «емблема»

Символ (з грец. знак) — умовне позначення якого-небудь предмета, поняття або явища; художній образ, що умовно відтворює усталену думку, ідею, почуття. В українських піснях наявні традиційні уснопоетичні народні символи: сонце, місяць, зірочки, човен, терен, верба, весна та ін. Прикладами символів можуть бути значки, що використовуються на картах, щоб позначити місця, варті уваги: перехрещені шаблі для позначення поля бою; цифри є символами що позначають числа.

Символіка — сукупність символів, які використовуються певною групою осіб, організацією, громадським чи політичним утворенням, державою тощо.

Емблема (др.-греч. ἔμβλημα - "вставка, виготовлена прикраса, інкрустація") - умовне зображення ідеї в малюнку і пластиці, якій надається той чи інший сенс.

В Древній Греції термін «ἔμβλημα (емблема)» - «вставлена частина» означала накладну прикрасу, аксесуар, засоби захисту (щит, шлем та інше), а також накладні деталі мармурових капітелей та орнаментальних фрізів з позолоченої бронзи в архітектурі. А вже в Древньому Римі емблема стає знаком розбіжностей, вказуючи на приналежність до певної класу, розряду, легіону, а також мозаїчної вставки в оформлення стін будинку.

2. Значення геральдики в сучасному світі. Історія геральдики України

Герб - це умовне зображення, що є символом і відмінним знаком держави, своєрідним художньо-графічним паспортом землі, міста, роду чи окремої особи. Старовинні герби українських міст красномовно нагадують про їхнє багате минуле, традиції, котрі пережили віки. Герби відносять до такого типу історичних пам'яток, у яких в символічній формі, з використанням спеціальної знакової системи або стилізованих елементів розкриваються реальні події та явища, що доносять до нас відомості з минулого України.

Походження гербів губиться в плині часу. На теренах України гербоподібні символи зустрічаються уже в останні століття до нашої ери. Пізніше на основі родових знаків сформувалися геральдичні символи Київської держави. Найдавнішою відомою князівською емблемою, з тих що використовувалися в Київській Русі, є зображення у вигляді літери "Ш" на печатці Святослава Ігоровича. Більшість дослідників української символіки вважає за обов'язок відзначити, що термін "тризуб" увів до вжитку ще у XVIIIст. російський історик І. Карамзін. Деякі дослідники вважають цей знак

символом Трійці - триєдності світу, що згодом, після прийняття християнства, почав набувати християнського трактування.

Археологічні знахідки свідчать, що зображення тризуба у різних видах зустрічаються на дуже багатьох предметах часів Київської Русі. В усіх випадках маємо справу із знаком одного типу, який використовувався на монетах, будівельній цеглі, зброї, металевих та ювелірних виробках, в мініатюрах рукописних книг. *Тризуб*, котрий поширений на величезній території – від стін Херсонеса (Севастополь) на півдні до Чернігова на півночі – є німим свідком, який немовби розповідає про те, що український народ споконвіку живе на цій території, що кордони його земель зовні виразні, а знак тризуба немов би стоїть на їх сторожі. А 22 березня 1918р. старовинний княжий символ "тризуб" був затверджений в якості малого герба УНР.

В 1991р. після відновлення незалежності України, українська геральдика вийшла на якісно новий рівень. *28 червня 1996р. Статтею 20 Конституції України затверджений малий герб України – тризуб.*

3. Національні символи України – прапор, гімн, герб

У всьому світі обов'язковою є повага до національних символів: *прапора, герба, гімну.*

Національний прапор символізує суверенітет і незалежність держави. Розміри прапора, колір та його елементи повинні відповідати вимогам, зафіксованим у законах Конституції країни. Так, національний прапор України складається з рівних за шириною горизонтальних смуг: верхньої – синього кольору, нижньої – жовтого кольору, із співвідношенням ширини прапора до довжини 2: 3. Його опис затверджено Постановою Верховної Ради України від 28.01.1992 р. та у ст. 20 Конституції України, прийнятій 28. 06. 1996 р.

Коли одночасно піднімають прапори різних країн, потрібно стежити, щоб вони були однакового розміру. Почесним місцем серед кількох прапорів є крайнє праве місце, якщо дивитись з боку прапорів. Якщо вивішують прапори кількох країн, то їх краще розташовувати в алфавітному порядку назв країн (національною мовою). Окремо регламентується церемонія підняття і спуску Державного Прапора України. На шоглі (флагштоці) прапор піднімають швидко (полотнище повинно «злетіти» догори), а спускають повільно. Якщо піднімаються декілька прапорів, то першим мусить бути піднятим прапор з більш високим статусом (державний а також прапора, герба і гімну інших країн є проявом власної гідності і шани до ділових партнерів . В Україні склалися і відповідні стандарти гербового етикету.

Щодо *етикету Державного Гімну України*, то його нормативні засади стисло викладені у відповідному законі 2003 р., хоча й вони потребують значної деталізації. Зокрема, конкретизації вимагають реєстр протокольних

ситуацій, які передбачають виконання гімну (Стаття 2) та дефініція «наруга над Державним Гімном України» (Стаття 3).

4. Правила поведження з державною символікою

Універсальним є звичай вивішувати прапор з 7-9 години ранку до 9-10 години вечора - зі сходу до заходу сонця.

Державний прапор повинен мати належний стан: полотно прапора не може бути старим, а колір блідим, на ньому не повинно бути плям, розривів. Згідно з прапоровим етикетом, прапор не повинен торкатися поверхні підлоги, ґрунту, стін, дерев, дротів або будь-яких інших предметів, щоб попередити можливість його пошкодження або забруднення.

Державний Прапор України може кріпитися на щоглі або флагштокові, які можуть установлюватися вертикально або під гострим кутом до горизонтальної площини. На щоглі неприпустимі наверхші. При піднятті прапора потрібно намагатися підняти його до самого верху щогли (флагштока). На знак жалоби прапор приспускається до половини його висоти. Щогли (флагштоки) можуть розміщуватися на землі, на даху будівлі – вертикально; на стіні будівлі (споруди) – під гострим кутом або паралельно до горизонтальної площини; на судах – вертикально, з невеликим нахилом до горизонтальної площини. Прапор може кріпитися на деревку або у вигляді самого полотнища. Причому кожний варіант вивішування регламентується окремо.

Окрему статтю прапорового етикету становлять *правила використання державного прапора в офіційних установах*. Так, над офіційною резиденцією Президента Державний Прапор України піднімається щоденно. У робочому кабінеті глави держави та під час його публічних виступів, звернень прапор розміщується справа від нього.

Як і у всьому світі, в Україні звичай забороняє використання Державного Прапора для декорації або в якості прикраси приміщення.

Контрольні запитання

1. Що таке символ? Чому поняття символу є одним із найбільш неоднозначних для розуміння?
2. Що таке герб? Розкажіть про геральдичні символи Київської держави
4. Коли старовинний княжий символ « тризуб» був затверджений в якості малого герба України?
5. Охарактеризуйте національні символи України: прапор, герб, гімн.
6. Розкажіть правила поведження з державною символікою України.

Питання, що виносяться на самостійне опрацювання

1. Догеральдичний період в історії геральдики України
2. Пізньогеральдичний період одержання нових або підтвердження і поновлення старих гербів українських міст.
3. Історія герба вашого міста .



Список використаної та рекомендованої літератури

Основна :2,3,4, 7, 11, 13.

Додаткова : 1, 4.



ЛЕКЦІЯ 5

Тема. Мовний і мовленнєвий етикет

1. Поняття мовного і мовленнєвого етикету .
2. Етикетна поведінка учасників акту спілкування .
- 3.Невербальні засоби спілкування

Ключові слова: мовний етикет, мовленнєвий етикет, слова індекси, слова – реглятиви, невербальні засоби спілкування.

1. Поняття мовного і мовленнєвого етикету.

Мовний етикет є важливою частиною етикету взагалі.

Засоби мовного етикету вироблялися народом протягом століть. Різні слова прийнято казати, коли зустрічаємося чи прощаємося із кимось, коли запрошуємо, припрошуємо чи перепрошуємо когось, коли відмовляємо чи співчуваємо комусь. Ці вислови, як правило, існують у мові в готовому вигляді. Треба лише пам'ятати й доречно вживати їх.

Сукупність усіх можливих етикетних формул становить систему мовного етикету кожного народу. Вони мають свідчити про вихованість і ввічливість співрозмовників, взаємоповагу, доброзичливість, шанобливе ставлення один до одного. Без цього не може бути взаємопорозуміння і плідної співпраці.

Мовленнєвий етикет – поняття ширше, ніж мовний етикет, і має індивідуальний характер. Мовець вибирає із системи словесних формул найбільш потрібну, зважаючи на її цінність.. Фахівці з проблем етикету визначають цю різницю так: *між ідеальним мовним етикетом і реальним мовленнєвим етикетом конкретної людини* не може бути повного паралелізму.

Мовленнєвий етикет є явищем індивідуальним, бо кожна людина добирає вислови, не лише найдоцільніші в конкретній ситуації, а й такі, що для неї найзвичніші, найбільше їй до вподоби.

З одного боку, мовний етикет не є закритою системою, хоча не й може довільно змінюватися. Він освячений традицією. З іншого, в даний час мовний етикет інтенсивно змінюється під впливом нових комунікаційних технологій, що впливають на смислове наповнення старих і використання

нових етикетних формул. Так, на наших очах формуються норми інтернет-спілкування та етикету мобільної телефонної комунікації.

2. Етикетна поведінка учасників акту спілкування

Зустрічаючись, знайомі люди вітаються. Українська мова багата на вітальні формули: *Доброго ранку!* / *Добрий ранок;* *Добрий день!* / *Доброго дня!* *Добрий вечір!*, які є стилістично нейтральними. Останнім часом увійшов в обіг вислів *Доброї ночі!* яким найчастіше вітають свою аудиторію журналісти нічного теле- і радіоєфіру.

В українців не прийнято, як, скажімо, у сербів словесно вітатися протягом дня під час кожної зустрічі з тією самою людиною. Але зустрітися поглядом, приємно посміхнутися або й кивнути головою завше потрібно .

Стандартна послідовність фраз у розмові з незнайомою людиною може мати вигляд такого «алгоритму»:

Вітання: *Доброго ранку!* (*Доброгодня!*; *Добрий вечір!*).

Вибачення і прохання: *Вибачте, що відвертаю Вашу увагу (Затримую Вас) Скажіть, будь ласка .*

Подяка: *Щиро(сердечно)дякую !*

Прощання: *До побачення ! Бувайте здорові ! Усього Вам найкращого!*

Проте декілька разів повторювати фрази з вибаченням і подякою не потрібно, бо у співрозмовника може скластися враження, що ми не дооцінюємо його пам'ять. Або ж дякуємо і вибачаємося механічно, отже нещиро. Не забувайте, що мовленнєвому контакткові сприяє легка щира посмішка.

3. Невербальні засоби спілкування

Невербальна інформація здебільшого правдивіша за ту, що виражена словами. Не всі знають давню інтернаціональну мудрість *Мова дана людині, щоб приховувати думки*, але всі довіряють невербальній інформації більше, ніж словесній.

Найважливішою серед невербальних засобів спілкування вважається *кінетика*.

На думку психологів, вимовляючи що-небудь, людина, сама того не усвідомлюючи, робить певні рухи. Розглянемо деякі з них.

Ставлення людини до співрозмовника передає його *поза*. За позами досвідчені люди уміють угадувати настрій, визначати характер, читати думки співрозмовника.

Якщо співрозмовник, наприклад, тягнеться до іншого, ловить його погляд, робить скуті жести, то можна сказати, що він прилаштовується знизу до іншого.

Якщо під час бесіди ваш партнер направляє чи повертається убік дверей, якщо його ноги звернені до виходу, це означає, що йому хотілося б піти. Співрозмовник, що сидить на стільці недбало, закинувши ногу на ногу,

– вважає себе господарем становища. Той же, хто сидить на краєчку стільця, склавши руки на колінах, навпаки – схильний підкорятися.

Положення рук. Руки у певному положенні підтверджують ставлення до співрозмовника. Людина, що відчуває власну перевагу, закладає руки за спину, охоплюючи зап'ястя. А от руки за спиною, сплетені в замок, говорять про те, що людина намагається заспокоїтися або хоча б приховати своє хвилювання. Схрещування рук на грудях у більшості випадків виражає психологічний дискомфорт, почуття небезпеки.

Найінформативнішим засобом невербального спілкування, найбільш достовірним і точним сигналом є *очі*. Існує припущення, що контакт очей при зустрічі необхідний для встановлення довірчих відносин, але затримка погляду на очах співрозмовника говорить про прагнення до домінування. Тому не рекомендується дивитися в очі співрозмовнику довго і невідривно, інакше його реакція може бути досить агресивною. Однак нетривала затримка погляду в гострі моменти бесіди чи наприкінці зустрічі цілком припустима, вона виражає довіру до партнера.

Контрольні запитання

1. Що таке мовний етикет?
2. Чому ми кажемо, що мовленнєвий етикет має індивідуальний характер?
3. Які функції виконує мовний етикет?
4. Які функції виконують в етикетному спілкуванні слова-індекси і слова-регулятиви?
5. Як і коли варто використовувати в етикетному спілкуванні слова *добродій*, *товариш*, *колега*, *друг*?
6. Що таке невербальні засоби спілкування? За якими ознаками вони класифікуються?

Питання, що виносяться на самостійне опрацювання

1. Вставні слова, словосполучення і речення як засіб етикетної модуляції мовлення.
2. Сформулюйте правила вживання кличного відмінка. Чому звертання «по батькові» За словами професора М. Стельмаховича «принижує жінку – матір»?
3. Провівши спостереження за мовленням ЗМІ, з'ясуйте, наскільки поширене вживання моделі «пан(пані) + іменник індекс (міністр, професор, кондуктор тощо).



Список використаної та рекомендованої літератури

Основна :3,4, 10, 11.

Додаткова :1, 9.



ЛЕКЦІЯ 6

Тема. Ділове спілкування. Види та форми ділового спілкування

1. Види та форми ділового спілкування.
2. Ділова бесіда. Правила підготовки та проведення ділової бесіди.
3. Нарada: її види, правила проведення.
4. Спілкування з колегами, підлеглими, керівництвом.

Ключові слова: ділове спілкування, ділова бесіда, переговори, нарада, публічний виступ, дискусія субординація.

1. Види та форми ділового спілкування

Ділове спілкування регулює офіційні стосунки комунікантів у державно-правовій і суспільно-виробничій сферах. Ділове спілкування існує в двох формах: усній і писемній.

Усне ділове мовлення — це спілкування людей під час виконання ними службових обов'язків (під час бесід, нарад, у години приймання відвідувачів тощо). Це може бути мовлення однієї службової особи перед іншою або перед колективом чи зібранням.

Писемне спілкування є вторинним щодо усного мовлення. Воно й виникло пізніше. Писемне мовлення офіційно-ділового стилю є монологічним.

Готового рецепту проведення ділового спілкування і досягнення успіху немає, тому що це багато в чому залежить від ситуативних факторів.

Ділове спілкування нерідко порівнюють із грою в шахи, де неможливо "закреслити" непродуманий хід. Якщо його вже зроблено, ситуація змінюється, і наступні ходи необхідно вже робити за нових умов.

2. Ділова бесіда. Правила підготовки та проведення ділової бесіди.

Ділові бесіди, завдяки ефекту зворотного зв'язку, дозволяють керівникові реагувати на висловлювання співбесідника відповідно до конкретної мети бесіди, її предмету та особистості співбесідника

Основними етапами ділової бесіди є: підготовчі заходи, початок бесіди, інформування присутніх, тобто передача відомостей, з якими ви хочете їх ознайомити, аргументування положень і завершення бесіди.

Підготовка і планування бесіди. Планування ділової бесіди дає змогу визначити її конкретну мету вже на початку підготовки до неї, знайти та усунути "вузькі" місця в бесіді, узгодити час її проведення.

Початок бесіди — дуже важливий етап. Його завданнями є:

встановлення контакту із співбесідником; створення ділової атмосфери; намагання привернути увагу до актуальних питань, що обговорюватимуться .

Наступний основний етап ділової бесіди — інформування присутніх, тобто передача відомостей, з якими ви хочете їх ознайомити. Така передача повинна бути точною, ясною, професійно правильною і, по можливості, наочною.

Фахівець повинен учитися отримувати інформацію під час бесіди шляхом уміло поставлених запитань.

Завершення бесіди не потрібно зводити тільки до повторення найважливіших її положень. Вихід із контакту — важливий момент, який має значення для продовження спілкування в майбутньому.

3. Нарада: її види, правила проведення

Наради стали невід'ємною частиною нашого життя. Їх проводять для вирішення виробничих питань в установах, управліннях, організаціях.

Проблема, яка виноситься для обговорення на нараду, може мати будь-який характер: організаційний, виробничий, дисциплінарний, інформаційний тощо.

Залежно від мети і завдань, які потрібно вирішити, ділові наради поділяються на інформаційні (директивні або інструктивні), оперативні або диспетчерські (селекторна, телефонна, комп'ютерна), виробничі (службові), дискусійні (полемічні).

Інформаційна (директивна або інструктивна). Нарада скликається для ознайомлення учасників із новими даними, фактами, постановами тощо та наступного їх обговорення.

Оперативна або диспетчерська (селекторна, телефонна, комп'ютерна). Нарада передбачає охоплення таких етапів управління: збір інформації, її опрацювання та прийняття рішення без скликання всіх учасників.

Виробнича (службова). Такі наради доцільніше планувати на другу половину дня — на кінець робочого дня або відразу після обідньої перерви.
Дискусійна (полемічна). Нарада передбачає вільний виклад варіантів думок, гіпотез, версій, припущень тощо. Цей найдемократичніший вид нарад продукує найбільш ефективні та конструктивні рішення важливих проблем.

4. Спілкування з колегами, підлеглими, керівництвом.

В управлінні існують певні етикетні відносини між працівниками.

Керівники першими вітаються зі старшими від себе та жінками (виховані люди вітаються одночасно), з працівниками, коли вони стоять або сидять. Спокійну, доброзичливу атмосферу у спілкуванні створює не лише керівник, а й увесь колектив.

Конфлікти виникають практично у всіх сферах людської життєдіяльності, в тому числі й у сфері ділового спілкування. Конфлікт — неминучий супутник кожної людини, яка живе в суспільстві; він незмінно виявляється в будь-якій соціальній групі.

Для того, щоб ефективно взаємодіяти в діловій сфері, необхідно знати: що таке конфлікт, які бувають конфлікти, як вони виникають і протікають, як поводитися в умовах конфлікту і як знаходити рішення конфліктних ситуацій.

Сприятливі стосунки в процесі спільної діяльності керівника і підлеглого зумовлені стилем керівництва, засобами організації виробничого і виховного процесів праці. Серед багатьох стилів керівництва в діяльності найбільш чітко наступні: *демократичний, авторитарний, авторитарний, непослідовний.*

Субординація (лат. subordinatio, sub — під, ordino — призначаю, керую) — це, в найбільш поширеному розумінні, службове підпорядкування молодшого старшому, що базується на правилах службової дисципліни.

Контрольні запитання

1. Що таке ділове спілкування? В яких формах воно існує ?
2. Назвіть усні форми ділового спілкування.
3. Охарактеризуйте етапи підготовки та проведення ділової бесіди.
4. Які види нарад ви знаєте. Охарактеризуйте виробничу (службову) нараду.
5. Що таке публічний виступ. Назвіть основні види публічного виступу.
6. Як повинна вести себе ділова людина в конфліктній ситуації?

Питання, що виносяться на самостійне опрацювання

1. Стили керівництва. Поняття демократичний стиль керівництва .
2. Підготуйтеся до комунікативної гри «Нарада в кабінті керівника»: а) авторитарного стилю; б) демократичного стилю; в) непослідовного(ліберального) стилю керівництва.



Список використаної та рекомендованої літератури

Основна : 2, 3, 4, 7, 11, 13.

Додаткова : 1, 4, 9.



ЛЕКЦІЯ 7

Тема. Дистанційне ділове спілкування

1. Особливості дистанційного ділового спілкування.
2. Етикет телефонної розмови.
3. Електронне ділове листування. Норми ділової Інтернет-комунікації.

Ключові слова: *поштове і факсове відправлення, пейджинговий і мобільний зв'язок, електронне ділове листування, Інтернет-комунікацій, візитна картка.*

1. **Особливості дистанційного ділового спілкування**

Дистанційне, опосередковане спілкування (телефонна розмова, поштове і факсове відправлення, пейджинговий і мобільний зв'язок і т.п.) відрізняється від контактного, безпосереднього підвищеною увагою до інтонаційного забарвлення мовлення (усне спілкування), стислістю і регламентованістю, неможливістю використання жестикуляції і наочності як носіїв інформації.

2. Етикет телефонної розмови.

У наш час телефон – не лише один із найефективніших засобів зв'язку, а й спосіб налагодження офіційних ділових контактів між установами, спосіб підтримання приватних стосунків між людьми. Отже, *телефонна розмова* – один із різновидів усного мовлення, що характеризується специфічними ознаками, зумовленими екстремовними причинами: співрозмовники не бачать одне одного й не можуть скористатися невербальними засобами спілкування, тобто передати інформацію за допомоги міміки, жестів, відповідного виразу обличчя, сигналів очима тощо (відсутність візуального контакту між співрозмовниками);

– обмеженість у часі (телефонна бесіда не може бути надто тривалою);

– наявність технічних перешкод (втручання сторонніх абонентів, кепська чутність).

Отже, якщо ви людина ділова й цілеспрямована, і звикли враховувати все до найменших дрібниць, то вироблення певних принципів поведінки у телефонному спілкуванні є просто необхідним і незамінним.

Фахівці з проблем усного ділового спілкування пропонують дотримуватися правил ведення телефонної розмови.

Якщо телефонуєте ви:

– насамперед привітайтеся, назвіть організацію, яку ви представляєте, а також свої прізвище, ім'я та по батькові. Зазвичай перші слова телефонної розмови сприймаються нечітко, а тому називайте свої прізвище та ім'я останніми – принаймні це буде почуто;

– якщо телефонуєте в устанovu чи незнайомій людині, слід запитати прізвище, ім'я та по батькові свого співрозмовника. Можете також повідомити, з ким саме ви хотіли б поговорити;

– якщо телефонуєте у важливі справі, запитайте спершу, чи є у вашого співрозмовника достатньо часу для бесіди;

– попередньо напишіть перелік питань, котрі необхідно з'ясувати, і тримайте цей перелік перед очима упродовж усієї бесіди;

– завжди закінчує розмову той, хто телефонує. Завершуючи розмову, неодмінно попрощайтеся, пам'ятаючи, що нетактовно класти слухавку, не дочекавшись останніх слів вашого співрозмовника;

І насамкінець, не зловживайте займенником я, адже ваша розмова - діалог, а не монолог.

3. Електронне ділове листування. Норми ділової Інтернет-комунікації

Серед основних особливостей Інтернет-комунікації, які зумовлюють особливий характер мовного етикету в цьому середовищі, можна виділити наступні. *Анонімність*. Внаслідок анонімності та безкарності в мережевому спілкуванні часто з'являються пов'язані зі зниженням психологічного і соціального ризику *розкутість, ненормативність і певна безвідповідальність* співрозмовників. *Відсутність класичних типів невербальної інформації* (голос, жести, міміка, почерк та ін.). Втім, ця лакуна заповнюється різного роду графічними виразниками тих чи інших емоцій, а також відео- і аудіоматеріалами, які в якості допоміжного компонента активно використовуються в Інтернет-комунікації.

Розширення кола людей, які мають вихід в Інтернет, а також збільшення функцій і можливостей інтернет-комунікації визначили виникнення спеціальних правил етикету в Інтернеті – норм поведінки і спілкування як для користувачів, так і для провайдерів, адміністраторів, модераторів форумів і т.д. Спочатку правила електронного етикету, або нетикета (*netiquette*, від англ. *Net* "мережа" + франц. *Etiquette* "етикет"), склалися стихійно, що зумовило використання в якості фундаменту для него стандартних правил мовного етикету. На сучасному етапі розвитку Інтернету в багатьох організаціях і на більшості інтернет-ресурсів правила поведінки користувача в локальних мережах встановлюються у формі інструкцій або офіційних правил.

Однак регламентація правил етикету триває, в тому числі і за допомогою розробки комунікативно-толерантних способів спілкування для конкретних інтернет-проектів, форумів тощо. Набори етикетних формул в даному виді комунікації також перебувають у стадії формування: поряд з елементами традиційного етикету з'являються і специфічні для інтернет-комунікації форми, наприклад так звані *смайлики*. Слід зазначити, що певна частина формул етикету являє собою запозичення з англійської мови (наприклад, "імхо", "лол"), їх русифіковані аналоги ("розфрендити") або кальки англійських слів і виразів ("З найкращими побажаннями", "Ім'ярек хоче з вами дружити").

Контрольні питання

1. В чому полягають особливості дистанційного ділового спілкування?
2. Як треба провадити телефонну розмову з дотриманням вимог етикету спілкування?
3. Які є основні вимоги написання до ділового листа?
4. Чим приватний неофіційний лист відрізняється від приватного офіційного?

Питання, що виносяться на самостійне опрацювання

1. Правила етикетного користування мобільними телефоном

2. Укладіть приклади листів, що не потребують відповіді



Список використаної та рекомендованої літератури

Основна :2,3,4, 6,9.

Додаткова : 5,8.



ЛЕКЦІЯ 8

Тема. Національна та регіональна специфіка ділового етикету

1. Полікультурність сучасного світу.
2. Стереотипи поведінки в різних країнах світу
3. Національна та регіональна специфіка ділового етикету.

Ключові слова: *полікультурність, національні традиції, регіональна специфіка ділового етикету, еліта, кастовість, гендерна рівність.*

Основні риси етикету відрізняються універсальністю, тобто є

1. Полікультурність сучасного світу.

Спілкування представників різних країн, різних політичних поглядів, релігійних поглядів і обрядів, національних традицій і психології, укладів життя і культури потребує не тільки знання іноземних мов, але й уміння поводитися природно, тактовно і достойно, що вкрай необхідно і важливо на зустрічах із людьми з інших країн. Таке уміння не приходить саме собою. Цьому варто учитися все життя.

І де б ви ні були, у якій би країні не знаходилися, господарі вправі очікувати від гостя уваги, інтересу до своєї країни, поваги до своїх звичаїв. Представники другого напрямку, навпаки, схильні надавати національним особливостям одне з центральних місць в міжнародному діловому спілкуванні, і зокрема, на переговорах, що складають основу цього спілкування. Вони вважають, що «труднощі» на переговорах виникають у зв'язку з відмінностями в «очікуваннях», які, в свою чергу, обумовлені відмінностями в культурах. Найбільший вплив на людину надають цінності, традиції, звичаї, засвоєні в дитинстві, які мають саме національну основу. До даного аргументу додається й інший. У міжнародні ділові стосунки активно включається все більше число людей, часто які не володіють досвідом міжнародного спілкування. Вони вносять значний елемент національної специфіки.

2. Стереотипи поведінки в різних країнах світу

Взаємодія з іноземними партнерами – це завжди зіткнення різних національних культур. Саме через неусвідомлення цього при контактах

представників різних країн відбуваються непорозуміння, а іноді й конфлікти. На стадії реалізації контактів виявляються певні національні особливості, притаманні окремим народам. Ці особливості слід враховувати, готуючись до будь-яких переговорів з іноземцями, і відповідним чином коригувати свої дії.

Поза. Нормативність/ ненормативність поз залежить від національних традицій. Якщо в Японії соціальну і культурну цінність має покійна поза і не прийнято сидіти заклавши ногу на ногу чи схрестивши їх, то у США в певних комунікативних ситуаціях не є осудливим покласти ноги на стіл перед співрозмовником

Погляд неоднаково трактується в різних етнововних спільнотах. Китайці, коли ще не надто добре знали європейців, дивувалися, чому це білі люди завжди люті: у них постійно «великі» очі. У Китаї, Японії, інших країнах Південно-Східної Азії спілкувальники здебільшого уникають прямого погляду. У японців «очі говорять тією ж мірою, що і язик». Тому у метро усі пасажири вдають, що сплять, або ж читають, аби не зустрітись з кимось поглядом: заглядання в очі в них трактується, як у нас підглядання в шпарку від ключа в замку дверей.

Усмішка є винятково важливим несловесним знаком етикетного спілкування. В американському суспільстві вже не один десяток років поширене гасло «Keep smiling!» – «Усміхайтесь!» Американці до такого гасла прийшли не одразу. Ще десь сто років тому їхній педагог і філософ Орістон Марден переконував своїх співвітчизників іти по життю з усмішкою.

Міміка і жести належать до ідіоетнічних ознак. Французам властива рухлива міміка, фіні обличчям реагують значно стриманіше, серед японців і нині поширене обличчя-маска. Українці підморгують, аби комунікативний партнер на когось чи щось звернув увагу, аби натякнути на щось, покепкувати; англійці ж (чоловіки) цим «мімічним жестом» супроводжують вітальні фрази.

Жести. Знакові рухи голови плечей та інших частин тіла називають *жестами*.

Із жестикуляцією те що з мімікою: одні народи дуже люблять жестикулювати, інші роблять це рідше. Упродовж годинної розмови італієць жестикулює 120 разів, француз – 80, фін тільки один раз.

Поклон. У демократичних за своєю ментальністю українців поклонам не надається такого значення, як, скажімо, у Японії. У цій країні практикуються три види поклону: легкий (15%), середній (30%) і глибокий.

Знання національних особливостей може служити своєрідним путівником, орієнтиром можливої поведінки партнера.

3. Національна та регіональна специфіка ділового етикету

Сполучені Штати Америки. Для американського ділового етикету властивий утилітаризм (усе має давати прибутки): відсутність безплідних

витрат праці; сила даного слова; сумлінність в організації будь-якої справи; аналіз; розподіл функцій і ретельна перевірка виконання; цілеспрямованість на те, щоб сьогодні зробити краще, ніж учора; неабияка увага до дрібниць; спеціалізація кадрів і виробництва; стислість і ясність, конструктивізм.

Американський діловий етикет ведення переговорів вирізняється доволі високим професіоналізмом, тут рідко можна натрапити на людину, некомпетентну з тих питань, стосовно яких тривають перемовини, причому члени американської делегації відносно самостійні при ухваленні рішень порівняно з представниками інших країн.

Проте американці нерідко виявляють егоцентризм, оскільки вважають, що при веденні переговорів їхній партнер має керуватися тими самими правилами, що й вони.

Велика Британія. Діловий етикет у Великій Британії вельми неоднорідний, причому не тільки в соціальному плані, а й у своїй "цеховій" спеціалізації, що відрізняє його від ділових кіл інших країн. Для нього характерна кастовість, яка, з одного боку, визначає високий професійний рівень, а з іншого — заважає притокові "свіжої крові".

Ділові люди Великої Британії — чи не найкваліфікованіші у діловому світі Заходу. У діловому етикеті Англії існує певний ритуал спілкування, якого намагаються суворо дотримуватися: в особистому спілкуванні, під час телефонної розмови, при проведенні ділових ланчів, обідів, під час відвідин виставок, семінарів, симпозіумів, конгресів, тенісних турнірів, переговорів тощо, а також у роботі престижних клубів.

В англійському діловому етикеті поширена низка правил вручення подарунків, які не розглядаються як хабар. До них належать календарі, записнички, запальнички, фірмові авторучки, а до Новорічних свят — алкогольні напої.

Переговори з англійськими партнерами доречно починати не з предмета обговорення, а з суто життєвих проблем: погода, спорт, діти, література тощо

Франція. Французький етикет ділового спілкування, й зокрема ведення комерційних переговорів, вирізняється тим, що французькі підприємці намагаються уникати офіційних обговорень конкретних питань "віч-на-віч", "один на один". Важливо знати: французи болісно реагують на вживання німецької та англійської мови у діловому спілкуванні, оскільки переконані, що це применшує їхню національну гідність і честь. У Франції чимало важливих рішень ухвалюють не тільки в кабінеті, а й за обіднім столом. Доречні для застільної бесіди теми: книжки, виставки, спектаклі, історичні пам'ятки Франції й Парижа. *Італія.* Італія, її зовнішньоекономічні зв'язки мають життєво важливе значення для економіки країни.

Для представників українських ділових фірм етикет службових взаємин передбачає: оскільки італійці дуже пишаються своєю країною як колискою багатьох видів мистецтв і ремесел, вияв поваги і знань у цій сфері завжди справляють сприятливе враження і уможливають створення атмосфери довіри і доброзичливості. В спірних питаннях італійці прагнуть розумної поступки, у виняткових випадках намагаються вдаватися до послуг арбітражу. Необхідно знати деякі особливості італійського характеру в різних районах Італії та їхні відмітні риси в темпераменті, діловому хисті, навіть у тонкощах мови.

Німеччина. У цілому світі відомо, що німці акуратні й надміру педантичні. Якщо ви не впевнені і вагаєтеся, чи зможете дотримати й виконати всі умови і терміни домовленостей із німецькими колегами, краще заздалегідь відмовтеся від своїх пропозицій. Беріть до уваги схильність німецьких бізнесменів, підприємців до титулів. Для цього потрібно ще до початку перемовин з'ясувати всі титули ділових партнерів.

Пунктуальність і суворота регламентація відчуються скрізь. Чайові в ресторані або кав'ярні можна не давати — вони вже закладені у вартість вашого обіду. Округляйте розмір чайових до повної суми, наприклад, якщо обід коштує 4 марки 20 пфенігів, заплатіть 5 марок. Великі чайові давати не прийнято.

Контрольні запитання

1. Назвіть подібності і відмінності в етикетному використанні несловесних засобів спілкування українському суспільстві в зіставленні з іншими суспільствами.
2. Що вирізняє американський діловий етикет ?
3. З чого доречно починати переговори з англійськими партнерами ?
4. На що повинні звернути увагу українські фахівці при встановленні контакту з німецькими партнерами ?
5. Назвіть проблеми гендерної рівності в сучасному діловому спілкуванні.

Питання, що виносяться на самостійне опрацювання

1. Мовлення – дзеркало соціальної і національної культури.
2. Невербальні антиетикетні знаки . Евфемізми.



Список використаної та рекомендованої літератури

- Основна 3,4,9,11.
Додаткова 3,9, 14.

Список використаної та рекомендованої літератури

Основна:

- 1 Антоненко-Давидович Б. Як ми говоримо / Борис Антоненко-Давидович. – 3-тє вид., стереотипне. – Київ: Наукова думка, 2010.
2. Бутенко Л. В. Мовлення ділових людей на нарадах, засіданнях, зборах / Л. В. Бутенко. – Алчевськ: ДГМІ, 2003. – 253 с. .
3. Дороніна М. С. Культура спілкування ділових людей : посібник для гуманітарних факультетів вищих навчальних закладів. – К. : КМ Academia, 1997. – 192 с.
- 4.. Загнітко А. П. Українське ділове мовлення. Фахове і нефахове спілкування / А. П. Загнітко, І. Г. Данилюк. – Донецьк: БАО, 2010. – 480 с.
- 5 Зубков М. Сучасне ділове мовлення / М. Зубков. – Харків: Книжковий клуб сімейного дозвілля, 2008. – 448 с.
6. Компанцева Л.Ф. Інтернет-лінгвістика: [навч. посібник] / Лариса Компанцева. – Луганськ: Ліра, 2012.
7. Левченко О. Науковий стиль: культура мовлення: [навч. посібник] / О. Левченко. – Львів: Вид-во Львів. політехніки, 2012. – 204 с.
8. Мацько Л. І., Кравець Л. В. Культура української фахової мови : навч. посібник. – К. : Академія, 2007. – 360 с.
9. Мацюк З., Станкевич Н. Українська мова професійного спілкування: [навч. посібник]. – 2-е вид. – Київ: Каравела, 2008. – С. 7-29, 37-52.
- 10 Машир Н. П. Сучасний етикет та секрети гостинності : навч. посібник. – К. : Кондор, 2010. – 213 с.
- 11 Радевич-Винницький Я. Етикет і культура спілкування: Навч. Посіб. – 2-ге вид., перероб. І доп. – К.: Знання, 2006. – 291 с.
12. Резніченко В. І., Михно І. Л. Довідник-практикум офіційного, дипломатичного, ділового протоколу та етикету : довідкове видання / Київська міська державна адміністрація. – К. : Рідна мова, 2003. – 479 с.
13. Тимошенко Н. Л. Корпоративна культура: діловий етикет: Навч. посіб.–К.: Знання, 2006.–391с.
14. Шинкаренко Т. І. Дипломатичний протокол та етикет : навч. посібник. – 2-ге вид., доп. – К. : Київський університет, 2009. – 296 с.

Додаткова:

1. Богдан С. К. Мовний етикет українців: традиції і сучасність. – К. : Рідна мова, 1998. – 475 с.
2. Бутромеев В. П., Бутромеев В. В., Бутромеева Н. В. Символ влади : ілюстрований енциклопедический справочник : флаги, гербы, правители, награды, деньги всех стран и времен. – 2-е изд., уточненное и доп. – М. : Белый город, 2007. – 573,[2] с.
3. Вєтрова Е. Засоби вираження привітання в різних лінгвокультурних традиціях (на матеріалі української та лезгинської мов) // Українська мова : науково-теорет. журнал. – К. : Інститут української мови НАН України, 2012. – № 3. – С. 111–122.

4. Дунцова К. Г., Станкович Г. П. Етикет за столом. – М. : Экономика, 1990. – 78 с.
5. Етикет електронного листування // Історія та правознавство : науково-методичний журнал. – К. : Основа, 2015. – № 33. – С. 8.
6. Іщенко Я. О. Символіка та емблематика міських гербів України 1960– 1980-х років ХХ ст.: історико-джерелознавче дослідження : дис. ... канд. іст. наук: 07.00.06. – К., 2006. – 458с
7. Калашник Г. М. Вступ до дипломатичного протоколу та ділового етикету : навчальний посібник. – К. : Знання, 2007. – 143 с.
8. Ковальчук Г. Культура спілкування в Інтернеті // Бібліотечна планета : науково-виробничий журнал. – К. : Національна бібліотека України імені Ярослава Мудрого, 2013. – № 3. – С. 24–27.
9. Мозговий В. І. Українська мова у професійному спілкуванні. Модульний курс: [навч. посіб. для студентів ВНЗ] / В. І. Мозговий. – Київ: Центр навчальної літератури, 2006. – 592с.
10. Тлумачний словник української мови. / Укладачі: Ковальова Т.В., Коврига Л.П. – Харків, 2005.
11. Український правопис / Ін-т мовознавства ім. О. Потебні. – Київ: Наукова думка, 2011.
12. Універсальний довідник з ділових паперів та ділової етики. – Київ: Довіра, 2003. – 623 с. – (Бібліотека державного службовця).
13. Універсальний довідник з ділових паперів та ділової етики. – Київ: Довіра, 2010. – 630 с.
14. Філософія освіти і педагогіка : цінності культури. Комунікативний етикет: Україна, Велика Британія, Німеччина, Франція, Іспанія : навч. посібник / ред. С. О. Черепанова. – Львів , 2007. – 392 с.

Інформаційні ресурси:

1. Гриценко Т. Б. Етика ділового спілкування: Підручник / Т. Б. Гриценко. — Центр учбової літератури, 2007 / [Електронний ресурс]. <http://textbooks.net.ua/content/category/42/58/48/>
2. Пентилюк М. І., Маруніч І. І., Гайдаєнко І. В. Ділове спілкування та культура мовлення: Навчальний посібник / М. І. Пантелюк, І. І. Маруніч, І. В. Гайдаєнко. – К.: Центр навчальної літератури, 2010 // [Електронний ресурс] www.kspu.edu/FileDownload.ashx/Культура%20мовлення.pdf?id
3. Чмут Т. К., Чайка Г. Л., Лукашевич М. П., Осечинська І. Б. Етика ділового спілкування: Підручник / Т. К. Чмут, Г. Л. Чайка, М. П. Лукашевич та ін. — 2011 // [Електронний ресурс] <http://www.ex.ua/11142469>

Навчально-методичне видання

Укладач
Лідія Прокопович

КОНСПЕКТ ЛЕКЦІЙ
ДІЛОВИЙ ЕТИКЕТ
для студентів напрямку підготовки
029 «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа»
(шифр і назва напрямку підготовки)

Віддруковано у редакційно-видавничому відділі МДУ
89600 м. Мукачево
Вул. Ужгородська, 26
Тел. 2-11-09

*Свідоцтво про внесення суб`єкта видавничої справи до державного реєстру
видавців, виготовлювачів і розповсюджувачів видавничої продукції
Серія ДК № 4916 від 16.06.2015 р.*

