клетке. Содержит на 333-х с. текста 67 иллюстраций, 16 таблиц, хрестоматию и задания для самостоятельной работы. Учебник предназначен для подготовки бакалавров по экономическим и социально-гуманитарным направлениям и специальностям. Имеет гриф НМС по физике Минобрнауки. Издательство Томского политехнического университета. ISBN 5-98298-447-7.

УПРАВЛЕНСКИ БИЗНЕС ЕТИКЕТ (УПРАВЛЕНЧЕСКИЙ БИЗНЕС-ЭТИКЕТ)

М.Н. Ушева

Югозападный университет «Неофит Рилски»
Благоевград, Болгария

Бизнес-этикет как практическое умение является экономической потребностью для современного руководителя и специалиста любого уровня. Использование бизнес-этикета дает: для личности - возможность получить и закрепиться на должности, обеспечить себе профессиональное развитие, повысить личную эффективность профессиональной деятельности и получить удовлетворенность собственным трудом; для компании - повысить уровень корпоративной культуры, получить дополнительные конкурентные преимущества на рынке, тем самым закрепить деловую репутацию перед партнерами и клиентами.

Назначение учебника: овладение студентами знаниями и умениями по применению этических стандартов в профессиональной деятельности. Знания, полученные при прочтении данного учебника и изучения одноименного курса, позволяют выбрать модель профессионального поведения при возникновении проблемных ситуаций в бизнесе. Соблюдение правил бизнес-этикета даст возможность построить долгосрочные отношения с партнерами и клиентами. Выстраиваемые на основе принципов бизнес-этикета коммуникации позволят согласовать интересы всех субъектов делового общения.

Учебник издан в Университетско издателство «Неофит Рилски» (Благоевград) в 2010 году и рекомендован преподавателям учреждений профессионального образования и бизнес-консультантам, студентам, обучающимся по экономическим направлениям подготовки.

Логика построения учебника совпадает со схемой коммуникационного процесса в деловом общении и инструментов его эффективного поддержания.

Основная цель настоящего учебника и одноименного курса – усвоение основных правил бизнес-этикета в деловом общении: изучение норм оформления и применения деловой корреспонденции; усвоение видов делового общения, в частности, переговоров; усвоение и использование основных возможностей воздействия и взаимодействия менеджера и подчиненных; усвоение правил личностной деловой коммуникации.

Первая глава «Визитная карточка в бизнес-общении» посвящена такому инструменту установления и поддержания делового общения как визитная карточка. Визитную карточку можно рассматривать как недорогую и эффективную презентацию организации и ее представителя. В этой главе описана история появления визитной карточки с XVII века до современности, в которой используются уже не только рабочие (деловые), но и личные и семейные визитные карточки. Рассмотрены обязательные реквизиты визитной карточки. Выделены виды визитных карточек и правила

использования визиток в деловом общении, рассмотрены ситуации вручения карточки собеседнику, анализируются распространенные ошибки оформления и использования визитных карточек.

Глава вторая „Этикет-бизнес корреспонденции" содержит описание трех видов деловой корреспонденции, наиболее часто используемых в практике: деловые письма, интернет-письма, поздравительная (представительская) корреспонденция. Рассматриваются правила оформления и реквизиты делового письма; виды (категории) деловых писем; разновидности деловых писем как организационно-приказывающех документов; правила ведения деловой корреспонденции; структура письма; правила официальной и дипломатической корреспонденции; правильное использование почтовой и факсимильной пересылки деловых писем. Второй раздел посвещен интернет-этикету, где рассмотрены правила и реквизиты электронной почты (адрессат, тема, структура, длина, фон, шрифт и т.д.), правила и ошибки в использовании электронной пересылки. Делается акцент на истории возникновения и правилах использования в деловом общении компьютерной программы Skype. Раздел третий рассматривает разные виды поздравительной корреспонденции – бумажных и электронных открыток, e-cards, postcard, флэш-анимации, и их использование в деловой коммуникации; правила оформления и распространенные ошибки.

Глава третяя «Телефонные коммуникации» включает в себя историю появления телефонного аппарата, правила подобных коммуникаций, нормы этикета при разговорах по телефонам разного вида связи. Отдельно рассматривается использование в общении голосовой почты и sms-сообщений.

Глава четвертая «Бизнес-общение» включает разделы: «Принципы, средства и личностные особенности в приложение делового этикета» и «Виды делового общения». В первом разделе рассмотрены основные принципы делового этикета (точность, корректность, уважение, внешний вид, тактичность и др.); средства процесса делового общения, как речь, язык, невербальная коммуникация, взаимодействия внутри компании и представителями внешней среды. Обращается внимание на единство делового образа: содержание речи, мимика, эмоции, стиль одежды. Во втором разделе описаны роль и значимость деловой беседы, необходимые риторические умения; проанализирована структура переговорного процесса. Приведены правила проведения деловых переговоров, совещаний, конференций, публичных докладов и других бизнес-мероприятий.

Глава пятая «Личностная деловая коммуникация» включает разделы: «Деловые знакомства» и «Невербальная коммуникация». В первом разделе даются рекомендации по установлению деловых знакомств и инструментов его продления и использования. Второй раздел посвящен невербальной коммуникации: функциям данного вида коммуникации, созданию пространственных зон общений, приданию положения тела и физиогномики, жестикуляции, созданию позитивного невербального внешнего образа.

Глава шестая «Взаимоотношения» включает разделы: «Взаимоотношения типа «Руководитель – Подчиненный», «Взаимоотношения типа «Подчиненный – Руководитель», «Взаимоотношения коллег», «Взаимоотношения с партнерами». Первый раздел рассматривает этимологию

слова «власть», нормы управленческого поведения и признаки успешного руководителя. Здесь рассматриваются методы запоминания имен и лиц подчиненных в работе нового руководителя, формы воздействия на подчиненных, описаны качества и характеристики хорошего руководителя, проанализированы проблемы вновь назначенных и новых руководителей. Второй раздел посвящен бизнес-этикету для подчиненных, среди которых правила общения с руководителем, проявления благодарности и принятие критики, аргументированное отстаивание позиции. Описаны проблемные ситуации общения, в частности, обсуждение повышения заработной платы и увольнение работника из компании. Третий раздел рассматривает взаимоотношения с коллегами – создание команды (экипа), выстраивание отношений с новыми и работающими коллегами. Проанализированы ситуации общения с «конфликтными» коллегами, возникновения сплетен и «внеслужебных» отношений. Четвертый раздел посвящен взаимоотношениям с партнерами, здесь описаны ситуациям первой встречи, встречи в офисе клиента и другие.

Глава седьмая «Речевой этикет» включает разделы: «Речевая культура и управленческое речевое поведение», «Жаргон и чужые слова (иностранные) в бизнес- коммуникациях», «Речевая культура для подчиненных». В первом разделе представлены виды речевой культуры в деловом общении (эллитарный, среднелитературный, литературно-разговорный, просторечье); правила культуры речи и принципы управленческого речевого поведения; дано описание речевых ситуаций (официальных и неофициальных) и правила успеха в них. Второй раздел посвящен использованию жаргонизмов слов и слов, заимствованных из других языков, в бизнес-коммуникациях. Автор останавливается на особенностях речевой коммуникации с иностранцами. В третьем разделе описаны нормы речевой культуры для подчиненных в профессиональных ситуациях.

Глава восьмая «Дорожний» этикет» обращает внимание на подготовку служебных поездок на разных видах транспорта.

Так учебник «Управленски бизнес етикет» содержит основы управленческого бизнес-этикета в профессиональном поведении, которые необходимо будет закрепить в практике делового общения, что позволит руководителю и специалисту укрепить свою репутацию.

ПРАКТИЧЕСКАЯ ФОНЕТИКА АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА

С.П. Хорошилова, Е.В. Агинская

ГОУ ВПО « Новосибирский государственный педагогический университет»
Новосибирск, Россия

Учебно-методическое пособие «Практическая фонетика английского языка» предназначается, главным образом, для студентов вузов, уже имеющих определенные навыки произношения и восприятия англоязычной речи на слух и знакомых с основными явлениями фонетического аспекта языка. Пособие состоит из введения, двух основных частей, списка литературы и приложения.

Первая часть пособия представляет собой теоретический материал по следующим вопросам: классификация английских фонем, ударные и безударные слова, слабые формы, английский ритм, ассимиляция и выпадение согласного, графическая репрезентация интонации и использование интонационных моде-