# **Содержание**

Введение

1 Принципы построения делового имиджа

2 Основные формы выражения делового имиджа

3 Внешний облик делового человека

3.1 Внешний вид

3.2 Культура одежды делового мужчины

3.3 Культура одежды деловой женщины

3.4 Одежда для приёмов

Заключение

Список использованной литературы

## **Введение**

В последние годы в связи с быстрым развитием рыночных и демократических отношений в нашей стране значительная часть населения всё более активно вовлекается в сферу политики и предпринимательства. Появилось много людей, основным видом профессиональной деятельности или формой вторичной занятости которых стал бизнес и деятельность политическая, позволяющие максимально реализовать творческие способности и деловые качества. Однако эти способности и качества дают наибольший эффект лишь при наличии должного делового имиджа, т.е. того положительного представления, которое в глазах окружающих человек создаёт о себе сам и которое выступает как внешнее отражение его личности и показатель деловых и чисто человеческих качеств.

Именно деловой имидж позволяет создать первое впечатление о человеке. Такой имидж в данном случае - его фирменный знак, его внешняя вывеска. Чем он привлекательнее, тем выше профессиональный авторитет бизнесмена и общественная репутация политика.

В наши дни профессиональный и политический навык сам по себе ещё не обеспечивает успешное осуществление коммерческих и политических проектов и не создаёт достойную репутацию в деловых кругах. Для этого необходимо уметь расположить к себе аудиторию, заказчиков и клиентов, то есть создать свой неповторимый деловой имидж.

*Деловой имидж* *– это то представление, которое вы создаёте сами о себе как внешнее отражение вашей личности и как показатель ваших деловых и чисто человеческих качеств*. Чем оно удачнее, тем выше ваш профессиональный и политический авторитет, тем легче находить общий язык с окружающими и завоёвывать у них признание и должное уважение.

Об имидже и его роли в бизнесе и политике в последнее время говорят у нас всё чаще и серьёзнее. Опыт мирового цивилизованного сообщества убедительно доказал, что без создания положительного делового имиджа наивно рассчитывать на успешное осуществление как коммерческих, так и политических проектов и пользоваться достойной репутацией в деловых кругах.

Удачный деловой имидж влияет не только на восприятие вас окружающими, но и на ваше восприятие самого себя. Если вы выглядите хорошо, это придаст вам смелость быть самим собой и чувствовать себя более уверенным. Другими словами, ваш облик воздействует на вас в той же степени, в какой он воздействует и на окружающих вас людей.

**1 Принципы построения делового имиджа**

Прежде чем приступить к созданию своего личного делового имиджа, необходимо достаточно реалистично осознать, кто вы для окружающих и каков ваш нынешний образ в их глазах. Редко кто может достоверно описать самого себя. Чаще всего собственная самооценка бывает или абсолютно отрицательной или совершенно положительной. Это, как правило, самообман. Необходимо научиться непредвзято, оценивать самого себя.

Важно выяснить, что в данный момент думают о вас окружающие. Не следует решать, какой образ желательно явить миру или как вы должны изменить свой теперешний имидж, пока хорошо не уясните, каким вас видят другие. Этих «других» в вашей деловой жизни будут представлять различные группы людей из ваших коллег, партнёров, клиентов, посетителей. И хотя вы нуждаетесь в стабильно имидже, вам всё-таки нужно представлять себя этим различным группам в соответствующем образе, что в итоге поможет вам чётко определить различные аспекты вашего имиджа для разных категорий людей. Поэтому не следует демонстрировать один и тот же имидж для разных людей. Из этого следует, что не нужно вести себя во всех ситуациях и со всеми одинаково. Так, стиль поведения, избранный каждым деловым человеком в повседневном общении с коллегами, может не принести успеха при разговоре, например с начальником.

Поэтому, прежде всего надо учитывать, на какую группу людей необходимо произвести хорошее впечатление в той или иной ситуации. Нужно также чётко уяснить, что именно впечатляет вас в других и заодно прикинуть, по силам ли будет адаптировать подобные качества к собственному имиджу.

При создании делового имиджа необходимо учитывать ожидания людей. Если они считают, что вам следует проходить в дверь первым, вы так и должны поступать, даже если это противоречит вашей природной вежливости. Если вы хотите, чтобы вас уважали, надо вести себя так, как, по мнению людей, вы должны себя вести в вашем положении. Значительная часть вашего имиджа должна ясно указывать, что вы неизменно учитываете ожидания окружающих. Решите, как бы вам хотелось, чтобы люди вели себя с вами на различных уровнях, и определите, как следует вести себя с ними.

Чтобы создать капитал на собственных достоинствах, надо, прежде всего, выявить их у себя, чтобы «заставить работать». Чем больше вы сконцентрируетесь на них, тем быстрее будут устранены ваши слабости и недостатки. В вашей работе всё важно для вас. Но только её отдельные аспекты важны для других. Поэтому, если хотите, чтобы вашу деятельность ценили, вам надо быть уверенным, что различным группам окружающих вас людей вы представляете именно ту её сторону, которая больше всего интересует не только вас, но и их. Если вы хотите скорректировать свой имидж так, чтобы произвести хорошее впечатление и на вашего начальника, то вам, прежде всего надо знать, чего он хочет в данный момент. Вы должны показывать, что в основе вашего имиджа лежат только деловые качества, что вы можете позволить гордиться собой настолько, насколько это позволяют делать результаты вашей работы, и не более того. При этом желательно «показать товар лицом» - выставить себя и свои идеи в наиболее привлекательном виде и постараться дать знать об отличном качестве вашей работы и вашем высоком профессионализме. Для продвижения по службе или политического роста необходимо понять существующие тенденции в вашей компании, фирме, партии, чтобы своевременно воспринять большинство из них и адаптировать к ним свой имидж. Изменяя свой имидж в сторону большего профессионализма, следует иметь в виду, что он не моделируется по единому плану, для его создания нет одинаковых путей. Его следует создавать во многих направлениях.

Деловой имидж (как и всякий другой) следует строить на вашем искреннем «я». Основа его привлекательности для людей, с которыми вы встречаетесь, заключается в том , что они должны видеть вас настоящего, а не какую-то искусственную модификацию вашей личности. Вы, конечно, можете радикально изменить свой имидж, оторвать его от вашего естественного «я», но это будет продолжаться очень недолго. Вас выдадут непредусмотренные мелочи.

Отсюда следует, что при создании положительного делового имиджа необходимо твёрдо придерживаться установленных рамок выбранного вами образа и в конце концов заставить его стать неотъемлемой частью вашей внутренней сути. Поэтому стабильность такого имиджа должна постоянно поддерживаться всеми имеющимися средствами, и, прежде всего созданием и сохранением своего доброго имени, профессиональной чести и политического кредо. Важно не только решить, какой имидж вы хотели бы обрести для себя и своей работы, но также быть последовательным в его повседневной демонстрации.

Построение делового имиджа предполагает наличие ясных целей такой работы. Создание его наугад может сработать на короткое время, но долгосрочного эффекта вы не получите, результат может оказаться даже неблагоприятным. Вам нужно создать имидж, который будет соответствовать не только вашей внутренней сути, но и долгосрочным политическим целя.

## **2 Основные формы выражения делового имиджа**

Имидж, как и сама личность человека, весьма многогранен, поскольку в разных деловых ситуациях человек предстаёт перед окружающими в довольно несхожих ипостасях. Однако при всём своём различии эти ипостаси – лишь разные точки зрения на одну и ту же личность. В каждой конкретной ситуации и для разных групп людей деловой имидж должен быть им адекватен и складываться из возможно большего числа конкретных форм его выражения. Окружающим вас людям не безразлично, как вы смотритесь, в какой мере знаете и соблюдаете правила и условности делового этикета, владеете искусством устной и письменной речи, из каких этических принципов исходите в своей деятельности, как используете средства и приёмы поведенческой техники и тактики, в какой мере проявляете заботу о собственном здоровье.

Таким образом, если говорить более обобщённо, то деловой имидж заключается в единстве всех указанных выше форм выражения. Именно их гармоничное сочетание и постоянство проявления делают стабильным доверие и уважение к деловому человеку со стороны его коллег, партнёров и клиентов, создают у них уверенность в его компетентности, деловитости, моральной и физической надёжности. Поэтому рассмотрим эти формы делового имиджа более подробно, и в первую очередь те из них, которые позволяют составить окружающим первое впечатление о вас.

Очень часто люди на каждую конкретную деятельность проецируют массу стереотипов, распространённых среди широкой публики. Особенно это касается одежды, поскольку наше положение и образ жизни нигде так откровенно не проявляются, как в манере преподносить себя через одежду. От того, как вы себя оденете, будет в значительной мере зависеть отношение к вам со стороны окружающих вас людей.

Одежда является как бы внешней формой выражения делового имиджа, она связана с характером и образом жизни человека. Поэтому очень важно убедиться, что одежда соответствует ситуации, иначе ваш имидж поблекнет, и никто не станет воспринимать вас всерьёз. Стиль одежды всегда должен соответствовать конкретной деловой ситуации. Простейший способ изменения вашего имиджа – снять пиджак. Если вы пришли на собрание, а там все расслаблены и сидят в одних рубашках, не «цепляйтесь» за свой пиджак. Снимите его, и вы тут же станете частью коллектива. Точно так же, если вам нужно выглядеть более официально, наденьте пиджак. Это особенно полезно знать женщинам, которые в отличие от мужчин не всегда находятся на работе в неизменном пиджаке. Но если они держат его под рукой, то могут мгновенно принять официальный вид. Манеры поведения как форма выражения делового имиджа весьма существенно влияют на его создание. Однако ими нужно пользоваться умело, поскольку, если ваше поведение по отношению к разным людям одинаково, это не всегда пойдёт вам на пользу. Хорошие манеры начинаются с понимания нужд других и стремления оказать им посильную помощь. Вы всегда должны адаптировать свой личный стиль поведения к различным группам людей и отдельным личностям, чтобы обеспечить их расположение. Если требуется смягчить ваше поведение, пойдите на это. Лучше приспособиться, чем потерять клиента или потерпеть неудачу в попытке добиться политического успеха. Простая вежливость демонстрирует ваше понимание, что окружающие вас люди тоже ранимы и заслуживают уважения. Ваш имидж может серьёзно пострадать, если люди распознают в вас человека в целом грубого и вежливого только в определённых ситуациях. Большинство из них желает видеть перед собой не только специалиста, а прежде всего приятного и любезного человека. Положительный образ в глазах окружающих людей во многом зависит от соблюдения Вами правил и условностей делового этикета. Благодаря наличию этой формы выражения делового имиджа Вы приобретёте оттенок личного обаяния. Соблюдение правил этикета не является чересчур обременённой обязанностью. Практикой делового общения доказано, что никакая другая способность, которой может обладать деловой человек, не даёт ему такого авторитета и возможности быстро сделать карьеру, как умение хорошо говорить и грамотно писать. Человек, обладающий этими качествами, всегда более авторитетен, чем тот, кто ими не обладает. В деловом мире принято осмысливать своё поведение и заранее просчитывать его успех, исходя из ответной реакции на произведённые действия. Вот почему очень важно развивать в себе коммуникативную привлекательность, основанную на законах поведенческой стратегии, соблюдение которых является одной из важнейших форм выражения личного делового имиджа. Такая стратегия предполагает следование нормам деловой этики, соблюдение правил служебной субординации и требований культуры деловых взаимоотношений, а также учёт этических и социально-психологических ситуационных особенностей. Другой коммуникативной формой выражения делового имиджа является поведенческая техника, выражающаяся в умении использовать приёмы и способы поведения, которые обеспечивают наибольший успех. К ним относится умение создавать благоприятный психологический климат деловой беседы или коммерческих переговоров, аргументировать свои высказывания, опровергать доводы оппонентам и умело его выслушивать, защищаться от некорректных собеседников и партнёров, ставить вопросы и отвечать на них, использовать приёмы психологической разрядки и т.п. Однако использование этих приёмов и способов поведенческой техники может не дать ожидаемого успеха, если не выбирать из них наиболее подходящее для данной деловой ситуации, т.е. если не овладеть искусством поведенческой тактики, которая, так же как поведенческие стратегия и техника, является важной коммуникативной формой выражения делового имиджа.

Подобно тому, как привлекательный внешний вид, хорошие манеры, умение хорошо говорить и правильно вести себя в различных деловых ситуациях соответствуют представлениям об образе преуспевающего человека, так и правильно оборудованный и хорошо оформленный интерьер рабочего офиса способствует повышению делового статуса его хозяина, являясь как бы его своеобразной визитной карточкой. Интерьер и оборудование офиса говорят о многом: о достатке фирмы, её надёжности и основательности, солидности политической партии. Поэтому при построении делового имиджа надо стремиться к тому, чтобы место, где вы принимаете людей, производило на них как можно лучшее впечатление, чтобы атмосфера этого места способствовала повышению вашего делового статуса, а не снижала его.

## **3 Внешний облик делового человека**

**3.1 Внешний вид**

Особенности внешнего вида выступают у многих людей носителями определённой информации о человеке. Особенно большое влияние на восприятие человека оказывают его физические данные. В деловых отношениях следует учитывать, что у людей сформировались определённые стереотипы, в соответствии с которыми какая-либо особенность внешнего вида воспринимается ими как признак черты характера.

Впервые увиденного человека мы обычно пытаемся соотнести с определённым стереотипом, существующим в нашем сознании, произвольно приписываем ему некие черты, пытаясь свести неизвестное к известному. Принято считать, что люди с квадратным подбородком – это люди волевые, с большими лбами – интеллектуалы, с жёсткими стоячими волосами – непокорные, с морщинками у глаз – дружелюбные. По представлениям многих пожилые мужчины более надёжны, верны слову и опытнее молодых, женщины с сочными губами – сексуальны, а с тонкими – холодны, люди, носящие очки, - умные и т.п. Подобные стереотипы возникают обычно на основе простой ассоциации: люди, занимающиеся умственным трудом, портят глаза, следовательно, носят очки; те, кто чаще других улыбается, имеют морщинки у глаз и т.п. бытуют также стереотипы, связанные с формой лица.

**Продолговатое:** прямоугольник при ширине лба, примерно равной ширине подбородка. Это так называемый «аристократический» тип, свидетельствующий об интеллекте, чувствительности, уравновешенности, нередко – о рассудительности. Такие люди обладают организаторским талантом, им присуща ярко выраженная целеустремлённость.

**Треугольное:** высокий и широкий лоб, выступающие скулы, небольшой, но короткий нос, глубоко посаженные глаза, небольшой и слегка выдвинутый вперёд подбородок. Для обладателя такого лица присущи и высовая одарённость, и чувствительность. Вместе с тем такого человека отличают хитрость, неуживчивость, склонность к одиночеству.

**Трапециевидное:** широкий лоб и слегка суженный (но не скошенный) подбородок. Человек, как правило, интеллигентен, аристократичен; он не борец. Женщины с таким лицом оптимистичны, живут счастливо, создавая приятную атмосферу общения.

**Квадратное:** суровый, мужественный, нередко бессердечный тип человека; как правило, тугодум, часто бывает грубым, настойчив. Яркая его черта- решительность. Такие люди прямолинейны и откровенны в общении, у них неутолимая жажда успеха. Хорошие исполнители, хотя сами тянутся к лидерству. Женщины с таким лицом стремятся доминировать во всём.

**Круглое:** добродушие, миролюбие, мягкость в характере человека. Такие люди нередко гуманны, любят комфорт, хорошую компанию и не стремятся к славе. Однако честолюбие им не чуждо. Если у обладателя такого лица высокая переносица, выступающие скулы и «огненные» глаза – его считают целеустремлённым; такой тип лица нередко встречается у лидеров и полководцев.

Указанные обобщённые представления о людях нередко далеки от действительности, но поскольку они сформировывают первое впечатление о человеке, их следует учитывать в процессе делового общения и особенно знакомства. Впечатление на первых порах делового общения является как бы визитной карточкой внешнего вида человека, отражающего его внутреннюю сущность. При этом, внешний облик- это не только отражение внутреннего состояния человека и его отношения к окружающему. Внешнее, в свою очередь, влияет на внутреннее.

Наше положение и образ жизни нигде так откровенно не проявляются, как в манере преподнести себя окружающим через одежду. Одежда не делает человека, но она делает 90% того, что мы в нём видим. Если человек не будет выглядеть прилично, люди не поверят, что он говорит что-то важное. Известно выражение «По одёжке встречают…». Одежда выступает здесь как своеобразный инструмент общения, как средство воздействия на поведение и отношение других людей, поскольку в первую очередь о вас станут судить по внешнему виду, а лишь потом по вашему разговору, манерам поведения и интерьеру кабинета.

Чисто прилично одетый человек всегда внушает большее доверие, чем одетый кое-как или, напротив, подчёркнуто манерно.

В настоящее время принято считаться с советами модельеров. По их мнению, основополагающим принципом при составлении гардероба является универсальность одежды. Гардероб составлен не правильно, если в нём много вещей, которыми редко пользуются. Не менее важное требование к одежде – её опрятность, аккуратность.

Слово «мода» происходит от латинского «модус» - мера, образ, вид, способ и означает господство в обществе в данный период определённых форм, касающихся различных сторон быта (главным образом одежды) и обусловленных национальными традициями, сложившимися вкусами, уровнем достигнутого экономического и общественного развития производства и бытовых потребностей. В основе моды лежит стремление к усовершенствованию внешних форм быта.

Мода в деловом мире не есть что-то обязательное для всех. Однако если подавляющее большинство людей начинает носить одежду нового стиля, ваш консерватизм рискует оказаться смешным. В то же время слепое следование моде также нежелательно, поскольку в сверхмодно одетом человеке прослеживается желание казаться значимым, когда его истинное положение таковым не является. Мода должна соответствовать вашей индивидуальности.

Красиво и изящно одеться человеку поможет его вкус, выражающийся в умении подобрать фасон, покрой и цвет одежды, которые соответствовали бы особенностям его фигуры, лица, цвету волос, возрасту, времени года и назначению одежды.

**3.2 Культура одежды делового мужчины**

Если вы спросите, что такое «деловой мужчина», вам вряд ли скажут что-то конкретное. Но если вы попросите описать, как он должен выглядеть, то подавляющее число ответов будет примерно начинаться так: «Это человек в костюме». Конечно, будут упомянуты и вежливость, и опрятность, подтянутый вид, и многие другие факторы. Но главным, неотъемлемым атрибутом его внешности практически единодушно и без запинки будет назван костюм. И это действительно так. Самая распространённая и наиболее признанная на сегодня одежда настоящих мужчин – это, несомненно, костюм. Можно с уверенностью сказать, что он стал «рабочей одеждой» современного делового человека во всех странах мира.

В рабочее время принято носить не слишком светлые костюмы. Тона костюмов в летнее время светлее, чем в зимнее. Тёмно-синий или тёмно-серый костюм в тонкую полоску – наиболее распространённый тип костюма для каждого случая. Дело в том, что иной раз трудно знать заранее, куда вас пригласят вечером и удастся ли вернуться в гостиницу или домой для того, чтобы переодеться. Лучше всего в качестве «базовой модели» приобрести себе костюм на каждый день, т.е. костюм из материала неброского цвета в мелкую клетку или полоску, и другой костюм, более строгий, из материала темно-серого, тёмно-синего или чёрного цвета, в котором подобает присутствовать на мероприятиях праздничных или торжественных.

Если оба костюма умело подобрать по цвету, то в некоторых случаях их можно использовать, комбинируя один с другим. Эти два костюма может хорошо дополнить комбинированный костюм спортивного типа, на каждый день. Такой костюм теперь всё чаще надевают на работу. Он состоит из брюк и пиджака, которые могут отличаться по цвету и рисунку, но должны гармонично дополнять друг друга. Так, к пиджаку в клетку или полоску лучше всего подходят однотонные брюки, а к брюкам в клетку или в полоску – однотонный пиджак. Лёгкий костюм из хлопчатобумажной ткани или искусственного волокна для тёплого времени года стал теперь непременным реквизитом мужского гардероба. Материал такого костюма может быть одноцветным либо с рисунком, светлых или тёмных тонов – это зависит от имеющихся в вашем распоряжении сорочек и туфель, которые должны гармонировать по цвету с костюмом.

Полным не подходят светлые, так называемые «пастельные» тона, но если уж они используются, то желательно выбрать из них лишь «тёплые» (например, оттенки слоновой кости), так как холодные светлые тона – синеватый, зеленоватый – оптически увеличивают фигуру. Чёрный цвет рекомендуется, как правило, для торжественных случаев. Он особенно идёт светловолосым со свежей кожей. Чёрный цвет удачно сочетается и с другими цветами – белым, жёлтым, красным. Однако контрасты хороши для молодых, а людям зрелого возраста лучше избегать подобных сочетаний. Коричневый цвет хорошо смотрится в шерстяных тканях, а его оттенки – шоколадный и каштановый – подходят к светлой коже. Зелёный цвет многими несправедливо отвергается, хотя его тёплые оттенки – оливковый и липовый – неплохо освежают естественные краски лица. Жёлтый цвет очень избирателен, он хорош для лета. Синий цвет более других подходит для повседневной одежды. В сочетании с белым он молодит в любом возрасте, ведь белый цвет – король всех цветов. Для мужчин среднего роста и нормального телосложения ограничений в одежде не существует. Высоким, стройным идёт одежда из двух частей и из ворсистых тканей. Полная фигура требует осмотрительности при выборе, как материала, так и модели.

Особо хочется обратить внимание на то, что в ансамбле мужской одежды велика роль сорочек. Сорочка всегда должна быть светлее самой тёмной нити в костюме. Пёстрые и клетчатые обычно носят без галстука. Если же с галстуком, то лучше – гладким. Сорочки спортивного типа застёгиваются под горло. Носить сорочки с короткими рукавами не следует, поскольку манжеты сорочки должны выступать из-под рукавов пиджака примерно на два сантиметра. На все виды приёмов рекомендуется надевать белую (не трикотажную) сорочку с крахмальным воротничком.

В костюме делового мужчины особая роль отводится галстуку. Галстук почти всегда отражает вкус владельца. Иногда выбрать его очень трудно, поэтому рекомендуется наряду с пёстрыми галстуками из шёлка, искусственного шёлка или искусственного волокна приобрести два-три шерстяных однотонных галстука, которые можно спокойно носить с любым костюмом. Однако универсальными цветами для галстука был и остаётся малиновый и бордовый. Чёрный галстук надевается только в знак траура или, если это положено, к форменной одежде. Выбор галстука зависит от цвета и рисунка ткани костюма, а также его фасона. К строгому деловому костюму подходят галстуки из натурального и искусственного шёлка. «Бабочки» приняты только в официальных случаях. Они должны быть выдержаны в изысканных тонах. Бант прикалывают только к праздничным и строгим костюмам. Будет ли бант однотонным или пёстрым, тёмным или светлым – это, прежде всего, зависит от назначения костюма. К костюму из ткани в мелкий рисунок подходит любой галстук. Будет правильно взять к пёстрому костюму однотонный галстук, если они гармонируют по тону. При этом надо следовать двум правилам. Либо подбирают галстук так, чтобы он был одного тона с костюмом, но светлее его или темнее, в результате чего цвет галстука и костюма будут дополнять друг друга, либо костюм и галстук должны быть контрастных тонов. Но этот контраст должен быть единственным в вашем туалете. Трудности возникают и в том случае, когда вы хотите надеть пёстрый галстук к костюму из ткани также с пёстрым рисунком. Общего правила, которого можно было бы придерживаться, здесь нет. Однако в этом случае следует иметь в виду, что рисунок костюма и галстука (например, полоска) не должен повторяться. И ещё одна рекомендация - можно комбинировать два отличающихся друг от друга рисунка, но не более. Галстук лишь тогда галстук, когда он правильно завязан, а не болтается на шее, как верёвка. Зажимы на галстуках не говорят о хорошем вкусе, и их не носят те, кто одевается со вкусом. В крайнем случае, можно заколоть узел однотонного галстука булавкой.

Существуют всякого рода модные дополнения к костюму. Так, к праздничному тёмному костюму обязательны белая сорочка, чёрные туфли и чёрные носки. Из нагрудного кармана должен выглядывать уголок или краешек белого платка. К сугубо строгому костюму необходимо иметь и перчатки, которые в жаркую летнюю погоду можно держать в руке. Однако не следует слишком буквально истолковать понятие «строгий костюм». В тридцатиградусную жару даже на дипломатических приёмах иногда можно появляться в светлых костюмах. К комбинированному костюму (серые в полоску брюки, чёрный пиджак) надевают белую сорочку с двойными манжетами (манжеты и воротничок должны быть накрахмалены), серый галстук, черные туфли и темные носки.

Днём на работе вполне приемлем костюм клубного стиля, чаще всего это тёмно-синий пиджак с блестящими пуговицами. Настоящий клубный пиджак предполагает наличие эмблемы клуба на нагрудном кармашке справа.

Весьма значительна в мужской одежде роль шляпы, которую носят преимущественно с пальто или плащом для защиты от холода. Шляпа всегда должна соответствовать верхней одежде. Шляпы весной и летом носят более светлые, осенью и зимой – тёмные. Не рекомендуется носить велюровые шляпы, а также чётные шляпы к пальто и костюму не чёрного цвета.

Что касается обуви, то надо знать, что для строгих костюмов рекомендуется надевать туфли или ботинки тёмно-коричневого или чёрного цвета. Светло-коричневые или коричневые туфли совершенно не подходят к черному костюму, чёрные же туфли подходят к коричневому костюму. В летнее время к нетёмному костюму можно надевать цветную обувь. На приёмы нельзя надевать сандалеты или сандалии. Ботинки на толстой подошве, грубые спортивные ботинки и сандалеты подходят только к спортивной, но не к выходной одежде. Лакированные надеваются только к смокингу.

Перчатки лучше всего иметь светло-коричневые, поскольку они подходят к тёмно-коричневому или серому зимнему пальто. Черные перчатки надевают только к совсем тёмному пальто. Надевая праздничный костюм, лучше всего подобрать к нему матерчатые или кожаные перчатки нейтральных тонов. К деловому костюму следует подобрать и соответствующее пальто, которое не приобретают так часто, как другие предметы одежды, хотя бы по чисто финансовым соображениям.

У начинающего политика или средней руки бизнесмена должно быть в гардеробе, по крайней мере, два пальто. Одно пальто – из лёгкой ткани такого фасона, чтобы его было удобно носить каждый день, и чтобы в холодную погоду к нему можно было пристегнуть тёплую подстёжку. Другое пальто – темного цвета – подойдёт для любых торжеств и официальных встреч.

Вместе с тем не нужно стараться подавить окружающих богатством своего костюма, свидетельствующим о вашей мощной кредитоспособности. В большинстве промышленно развитых стран тяжёлые золотые перстни, цепочки и браслеты, бросающиеся в глаза часы или излишняя пестрота галстука, могут только зародить подозрение в вашей несерьёзности.

Конечно, даже самому удачливому нашему дельцу пока невозможно тягаться с нефтяными шейхами или китайскими миллионерами из Гонконга, а все попытки казаться похожими на них только вредят, так как имитация богатства считается в деловом мире тяжёлым грехом.

**3.3 Культура одежды деловой женщины**

Для женщины, желающей добиться успеха в делах, очень важно помнить о своей внешности, более того, поставить её на службу. Деловая женщина не может прийти на работу просто в брюках и кофточке. В брючном костюме – может, а в обычной кофточке и брюках – не может, поскольку это одежда для дома. Деловая женщина никогда не придёт на работу сильно декольтированная, в платье без рукавов или в майке и без чулок. Во всём мире основная форма женской одежды для работы – это костюм. Платье можно позволить себе только в жару и только однотонное. В гардеробе деловой женщины должно быть две-три юбки, жакеты, две-три блузки. Менять туалеты желательно часто, ведь одна и та же вещь, надеваемая каждый день, надоедает и «гасит настроение». Деловую одежду отличают классический покрой и многофункциональность. Особенно ценен хороший вкус, который проявляется в умении подбирать для своей одежды ткани по структуре и расцветке. Так худеньким лучше всего шить или покупать одежду из лёгких «торчащих» тканей или из тканей с большим ворсом. Полным, наоборот, пойдут тяжёлые, «падающие» ткани. К тонким фигурам хорошо подходят ткани ярких расцветок с крупным рисунком, с поперечными или косыми полосами, в крупную летку, а также однотонные светлые ткани (белые, голубые, жёлтые и т.д.) с различными блестящими оттенками. Женщинам, имеющим полную фигуру, больше идут ткани с мелким рисунком, продольными полосками и однотонные ткани тёмных расцветок (чёрные, коричневые, красные и т.п.). Такой подбор цветов и рисунков объясняется их световыми эффектами: в первом случае они как бы укрупняют фигуру, во втором – делают её тоньше.

Ткани подбираются в зависимости от цвета и характера кожи, волос, лица женщины. Ткани пастельных оттенков подходят только к хорошему цвету лица и гладкой коже, не имеющей каких-либо изъянов, родинок и т.д. Голубой цвет идёт блондинкам, обладающим ярким цветом лица. Для них также хороши розовый и оранжевый цвета, оттенки чёрного, белого, серого цветов. Рыжеволосым не идут розовый, оранжевый и жёлтый цвета. Им подходит коричневый с фиолетовым оттенком, зелёный или голубой цвета. Брюнеткам лучше носить платья ярких тонов (красного, чёрного, фиолетового и т.п.).

В одежде должно быть два, максимум три предмета ведущего тона. Так, если у вас чёрные пиджак и юбка, то следует иметь либо чёрные туфли, либо чёрную сумку. Таким образом, цвета должны подбираться так, чтобы подчеркнуть основной доминирующий цвет или контрастировать с ним. Лучшими цветами делового платья считаются тёмно-синий, рыжевато-коричневый, бежевый, тёмно-коричневый, серый, умеренно синий и светло-синий.

В одежде делового стиля предпочтение отдаётся не только гладкоокрашенным тканям названных цветов, но и различным вариантам полосок и клеточек в серых и серо-синих тонах. В то же время совершенно нежелательны геометрические, растительные или абстрактные рисунки. В имидже деловой женщины имеются и другие ограничения. В частности, не нужно первой появляться на работе в остро модной одежде, носить брюки, если работаете среди мужчин, и вообще одеваться в мужском стиле. Лучше всего надевайте костюм или блузку с юбкой. Причём чрезмерно укорачивать юбку, повинуясь моде, не следует. Также не следует носить вещи, чересчур подчёркивающие вашу привлекательность (облегающие свитеры, джинсы). Может получиться так, что мужчины, вместо того чтобы слушать вас на переговорах, будут рассматривать ваши достоинства. Кроме того, у них может сложиться впечатление, что вы в первую очередь предлагаете убедиться в красоте своей фигуры, а не в деловых качествах.

Туфли желательно носить простые на среднем каблуке, а чулки - телесного цвета. Пальто и плащ должны закрывать юбку или платье. В специальных случаях можно пользоваться спортивной одеждой хорошего качества. Для женской деловой одежды подходит платье с жакетом в тон. Блузка или блайзер должны контрастировать с платьем, а свитер на работе, как уже отмечалось выше, вообще носить не принято.

Волосы делают лицо привлекательным не сами по себе (хотя и это важно), а в виде причёски. Главное, что должна сознавать каждая женщина, - это то, что её причёска всё время должна быть в порядке. Волосы деловой женщине лучше иметь средней длины – это значит, что они не должны напоминать причёску мальчика или мужскую причёску, но и не должны быть ниже плеч. Женщины с очень длинными волосами могут быть привлекательными, но не в ущерб их служебному авторитету.

В психологическом плане тёмные волосы женщины ассоциируются с властностью, светлые же способствуют её популярности. Однако всякие эксперименты с волосами, особенно с цветом, снижают авторитет деловой женщины. Особенно нежелательно, окрашивать волосы в два тона (различные пряди) и более. Для каждой женщины очень важен выбор причёски.

Косметикой нужно пользоваться в меру и не употреблять броских цветов. Запах духов должен быть также едва заметен, но сами духи – дорогими и тонкими. Не следует смешивать разные украшения – например, цепочки, бусы в сочетании с брошкой.

Иногда женщины носят подследники с босоножками. Это не рекомендуется. Подследники существуют только для того, чтобы носить их с туфлями без чулок, но, как известно, деловая женщина без чулок прийти на работу не может. Не следует также носить на работу лосины и легинсы. Эта одежда создана для спорта, загородных прогулок, выходов в магазин и т.п., но не для работы.

А теперь о носовом платке. Где его нужно держать? Конечно, либо в кармашке, либо в сумочке, но никогда в рукаве платья или кофточки. Если носите очки, оправа должна быть средних размеров, пластмассовая или роговая.

У каждой деловой женщины при себе должна быть ручка и карандаш, причём желательно, чтобы ручка была с надёжным золотым или позолоченным пером. Никогда не пишите дешёвыми ручками и огрызками карандаша: эта, на первый взгляд, мелкая деталь может навсегда испортить вашу репутацию.

Незаменимым атрибутом должен стать атташе-кейс – кожаный, телесно-коричневый, простой, без ярких металлических украшений. Если женщина пользуется дамской сумочкой, то уж, конечно, кожаной и очень высокого качества (внутри сумочки должен быть полный порядок). Бумажник и кошелёк приобретайте одного цвета, без узоров.

**3.4 Одежда для приёмов**

Исторически сложилось так, что приёмы играют очень важную роль в развитии деловых контактов. Они проводятся с целью их углубления и расширения. А также получения нужной информации в неофициальной обстановке.

К одежде для приёмов предъявляются более строгие требования, чем к повседневному деловому костюму. Её выбор, прежде всего, определяется временем приёма.

На все виды приёмов, которые начинаются до 20 часов, можно надевать костюм любого неяркого цвета, если только приём не устраивается по случаю национального праздника, в честь или от имени главы государства, главы правительства или министра. На приёмы, устраиваемые по тем же поводам, но начинающиеся в 20 часов и позднее, рекомендуется надевать костюм черного или тёмного цвета.

Для вечерних приёмов используется фрак и смокинг, которые ранее служили исключительно вечерним костюмом. К смокингу надевают белую мягкую сорочку, чёрный жилет и галстук-бабочку, чёрные туфли и тёмные носки. Смокинг (однобортный или двубортный) шьют из тонкого сукна атласными отворотами; по швам брюк с внешней стороны проходит атласная тесьма – галун. Если вечером надевают фрак, то к нему полагается белый жилет, а в торжественных случаях – чёрный. К фраку надевают накрахмаленную или полунакрахмаленную машинку, белый галстук-бабочку (даже в случаях траура), лакированные туфли, чёрные носки.

Фрак и смокинг надевают в том случае, если в пригласительном билете указано «вечерний костюм». Если указано «малый вечерний туалет», это значит, что приглашённый должен прийти в смокинге; если смокинга нет, то можно прийти в комбинированном вечернем костюме, но ни в коем случае нельзя появляться во фраке. В официальной обстановке пиджак должен быть застёгнут. Во время танца нижнюю пуговицу пиджака не застёгивают никогда. Расстегнуть пуговицы пиджака можно во время завтрака, ужина, обеда или сидя в кресле. Цвет мужских носков должен быть темнее цвета костюма, что создаёт переход от цвета костюма к цвету обуви. Наиболее подходящие цвета для носков – тёмно-синий, тёмно-серый, чёрный; носки в полоску или клетку не подходят. Если во время беседы мужчина сидит, закинув ногу на ногу, он должен следить за своими брюками, не допуская, чтобы выше носка была видна голая нога. Не принято качать ногой, обнимать колени руками. Также не прилично сидеть развалясь в кресле, покачиваться на стуле, сидеть на самом краю стула, кресла, дивана.Требования к деловым женщинам, приглашённым на приём также довольно специфичны, но здесь следует придерживаться строгих линий и неярких тонов. Если приём начинается до 20 часов – костюм, платье-костюм, шляпа. Шляпа за столом не снимается за исключением хозяйки приёма, которая шляпу не надевает. На приёмы и обеды после 20 часов надевают вечерние платья – более нарядные и открытые, с рукавами или без, длина – по моде. Шляпу к вечернему платью не надевают. Туфли на приёмы надеваются кожаные или замшевые, на любом удобном каблуке, на вечерние приёмы – вечерние туфли, которые могут быть из цветной кожи, плотных шелков, парчи и т.п. Перчатки: чем короче рукав вечернего платья, тем они длиннее.

Женщина, садясь, не поднимает платье или пальто. Она может закинуть нога на ногу, сидя на стуле, но не должна себе позволять этого, сидя в низком кресле или на диване. В таком случае ноги следует держать вместе, т.е. колени прижать друг к другу, обе голени наклонить в одну сторону.

Садясь в машину, женщине лучше не шагать» в неё, а лишь присев на краешке сиденья, втянуть внутрь ноги. Выходя из машины, наоборот, подниматься с сиденья следует, уже опёршись ногами на асфальт.

Всякие рефлекторные действия обязательно следует контролировать.

### Заключение

В наши дни профессиональный и политический навык сам по себе ещё не обеспечивает успешное осуществление коммерческих и политических проектов и не создаёт достойную репутацию в деловых кругах. Для этого необходимо уметь расположить к себе аудиторию, партнёров и клиентов, то есть создать свой неповторимый деловой имидж. Не только в коммерческой и политической деятельности, но и в любых других профессиях, требующих личного контакта, удачный имидж становится решающим фактором. Такой имидж очень важен и для служебной карьеры. Данные исследования показывают, что имидж либо повышает, либо разрушает шансы найти работу, не говоря уже о продвижении по служебной лестнице. Деловой имидж следует считать важной составной частью культуры делового общения, а обладание им – существенной личностной и профессиональной характеристикой любого серьёзного бизнесмена и политика. Суть создания такого имиджа состоит в том, чтобы заставить других людей видеть вас таким, каким вы пожелаете, и преподнести себя так, чтобы они восприняли ваш образ положительно. Основная цель таких усилий состоит в том, чтобы предельно использовать всё то хорошее, что заложено в человеке, и научиться избегать тех отрицательных проявлений, которые принижают его профессиональную, политическую и чисто человеческую репутацию.

Если говорить более обобщённо, то деловой имидж заключается в единстве всех форм его выражения. Именно их гармоничное сочетание и постоянство проявления делают стабильным доверие и уважение к деловому человеку со стороны его коллег, партнёров и клиентов, создают у них уверенность в его компетентности, деловитости, моральной и физической надёжности.

Ведение любого дела – это, прежде всего установление контактов, в которых, по подсчётам психологов, в 80 случаях из 100 своё отношение к другому человеку люди строят на основе первого впечатления, важнейшей составной частью которого является внешний вид.

В заключении ещё раз можно подчеркнуть, что главное в культуре деловой одежды мужчин и женщин, как на работе, так и на приёме – не ультра модность и роскошь, а чувство меры, вкус и целесообразность.

Подбор костюма, цветовая эстетика всей одежды (рубашки, галстука, туфель, носового платка), умение «сидеть» в костюме – всё это требует самого серьёзного отношения. Даже такая мелочь – как пользоваться одеколоном и духами. Надо помнить французскую пословицу: «Кто пахнет слишком хорошо – тот пахнет дурно».

Также не маловажно: хорошие манеры делового человека при формировании его положительного политического и делового имиджа имеют не меньшее, а, пожалуй, большее значение, чем его внешний вид. Никогда не следует об этом забывать! Благодаря правильным манерам легче и приятнее работать и, кроме того, обладать хорошими манерами просто-напросто выгодно.

### Список использованной литературы

1. Венедиктова В.И. О деловой этике и этикете. – М.: Институт новой экономики, 2001. – 225 с.
2. Венедиктова В.И. Деловая репутация (личность, культура, этика, имидж делового человека). – М.: Институт новой экономики, 2001. – 305 с.
3. Джен Ягер. Деловой этикет: как выжить и преуспеть в мире бизнеса: Пер. с англ. – М.: Джон Уайли энд Санз, 2000.
4. Крамер С.С. Офис-менеджмент/Серия «Учебники, учебные пособия». – Ростов н/Д: Феникс, 2003. – 224 с.
5. Кузин Ф.А. Современный имидж делового человека, бизнесмена, политика. – М.: Ось-89, 2004. – 512 с.: ил.