МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ПГУ

Контрольная работа

По этике деловых отношений

На тему:

***"Макияж, парфюмерия и аксессуары делового человека"***

Выполнила: студентка 2 курса

08ЗЭП61

Чиханова М.С.

Проверил:

Пенза, 2010

Содержание

Введение

1. Имидж делового человека

2. Макияж и прическа, парфюмерия, аксессуары делового человека

2.1 Макияж и причёска

2.2 Аксессуары

2.3 Парфюмерия

Заключение

Библиография

# Введение

Прежде всего, нужно всегда помнить о том, что до 90 процентов первого впечатления от человека складывается из внешних параметров. И то, каким предстанете перед сотрудниками, коллегами, партнерами при знакомстве, во многом повлияет на дальнейшие взаимоотношения. Но даже если хорошо подготовились к первой встрече, нельзя расслабляться и дальше. Необходимо постоянно поддерживать свой имидж, выглядеть и вести себя соответственно ситуации, в которой вы оказываетесь, будь то собеседование с соискателем, выступление на совете директоров или корпоративная вечеринка.

**Имидж** - образ человека, включающий в себя внешность, манеру поведения, общения и т.п., способствующие воздействию на окружающих. Образ формируют не только внешние, но и внутренние характеристики.

**Дресс-код** - это предписанный стиль одежды или свод правил о том, как следует выглядеть в конкретных ситуациях.

Из всех возможных женских имиджей ("синий чулок", "роковая женщина", "вечная студентка" и др.) для менеджера по персоналу наиболее приемлем имидж деловой женщины. Он будет способствовать и конструктивному решению конфликтных ситуаций в коллективе, и убеждению генерального директора в необходимости увеличения бюджета на обучение сотрудников. То же касается и HR-ов - мужчин. Образ рубахи-парня, светского льва или дамского угодника вряд ли будет уместен при посещении семинара по мотивации персонала или при переговорах о корпоративном пакете страховых услуг. Как правило, в этих ситуациях также предпочтителен имидж делового человека.

Имидж можно рассматривать как увеличительное стекло, которое позволяет проявиться лучшим личностным и деловым качествам человека, привнести в повседневное общение комфорт, создать оптимистичное настроение, ореол привлекательности. Благодаря правильно подобранному имиджу можно быстро войти в конкретную социальную среду, привлечь к себе внимание, оперативно установить доброжелательные отношения. [[1]](#footnote-1)

# 1. Имидж делового человека

Имидж (подражание) это какая-то картинка или "рисунок" внешности, созданный под определенную задачу. Например, может быть деловой имидж, политический, сценический и т.д. Деловой имидж понятие в большей степени социальное. Он отражает ту сферу, с которой мы привыкли или хотели бы себя отождествлять, наш статус в обществе. Иными словами, если в среде шоу-бизнеса принято использовать достаточно яркие цвета одежды, много блеска и эпатажа, то, создавая имидж шоу-звезды или шоумена, мы будем "подражать" этим правилам.

Стиль - это отражение внутренних качеств личности или индивидуальности во внешней форме. Таким образом, имидж может быть стильным и безвкусным. Стильный имидж построен на индивидуальных особенностях конкретного человека и раскрывает его сущность. А просто имидж, скорее всего, будет стремиться втиснуть человека в общепринятые в какой-то среде жизни рамки. Стиль построен на линейности или основной "идее" лица человека. Поэтому при создании индивидуального стиля крайне важно учитывать сочетание цветовой гаммы, формы и пропорций аксессуаров, силуэтной линии одежды, цвета и фактуры волос и множества других нюансов, которые могут быть явно не видны, но при рассмотрении общей "картинки" человека согласованность даже мелких, незначительных деталей является чрезвычайно желательной.

Когда наблюдали девушку секретаря, одетую в деловой костюм, строгие туфли, с деловой прической, но все эти элементы имиджа никоим образом не сочетались между собой (возможно, отсутствовала гармония цвета, или эти туфли совершенно не подходили данной девушке, и она выглядела в них смешно, а ее макияж делал лицо старше лет на двадцать).

Часто могли быть свидетелем и другой ситуации, когда на посту секретаря-референта работает девушка в потертых широченных джинсах, с коротким откровенным топиком, взлохмаченной прической и массой крупных деревянных аксессуаров. И выглядит такая девушка совершенно потрясающе красиво и стильно, только вот с должностью секретаря ее очень сложно проассоциировать.

В идеале, для того, чтобы избежать подобных казусов, желательно четко знать, где заканчивается имидж и начинается стиль и как совместить эти два понятия. [[2]](#footnote-2)

Профессионально формированием имиджа занимается имиджмейкер, а разработкой индивидуального стиля стилист. А также есть имиджмейкеры-стилисты, которые знают, как грамотно согласовать эти два направления воедино. Имидж стилист работает только с внешностью клиента на основе глубоких знаний линии, формы, качества, фактура и, конечно, истории стиля. Мы можем удивляться тому, как имидж стилист, даже не общаясь с клиентом и не зная его характера, может точно сформулировать определенные черты индивидуальности. На самом деле, все крайне просто вероятно внутренняя сущность способна формировать внешние черты лица и фигуры.

Надеюсь, термины мы прояснили и теперь можем поговорить о том, как вам самостоятельно овладеть основами формирования делового имиджа.

В чем суть или идея делового имиджа? Собранность, пунктуальность, строгость, консерватизм, стабильность, благополучие, достаток, сдержанность, оперативность, аккуратность. Согласитесь, эти качества, присущи в идеале и профессиональному секретарю-референту. Каким образом теперь перевести эти понятия на язык одежды, аксессуаров, прически и других элементов внешности?

В прическе будем стремиться воплотить идею делового имиджа тем, что сделаем ее гладкой, собранной, почти монолитной, чтобы произвести впечатление стабильности. Цвет волос также должен быть спокойным, приближенным к натуральному. Если применять окрашивание волос, то должны исключить яркие, креативные цвета или их сочетание. Распущенные прямые или вьющиеся волосы больше будут задавать направление романтического имиджа и для секретаря-референта не будут идеальными. Желательно также исключить тонкое мелирование, так как оно создает впечатление раздробленного и хрупкости образа. При укладке волос обратите внимание на то, что пряди, направленные внутрь, будут создавать впечатление цельности, надежности, уверенности в себе. Если же уложить волосы кончиками вверх, то мгновенно в облике появляется некоторая легкомысленность и ветреность.

Деловая прическа подразумевает использование достаточного количества укладочных средств, которые фиксируют форму и страхуют от непредвиденной растрепанности, а значит, незапланированного хаоса в работе.

Чаще всего можно использовать именно деловые классические стрижки, такие, как строгое неградуированное каре, боб, короткие аккуратные стрижки, которые, кстати, могут быть вполне современными и стильными, особенно, если выполнены профессиональным мастером. Главное исключить небрежность, хаотичность, растрепанность и явную креативность.

При подборе стрижки учитывайте также ее пропорции по отношению и своей фигуре и, конечно, природную фактуру волос. Желательно, чтобы стрижка была выполнена настолько четко и правильно, чтобы укладка занимала минимум времени

Если вы используете заколки, ленты и другие аксессуары для волос, помните, что их цвет и форма также должны продолжать и поддерживать основную идею делового имиджа. Постарайтесь исключить в украшениях для волос очень яркие цвета, блестки, розочки, сердечки и т.п.

В настоящих тенденциях моды очень ярко проявлен романтический стиль, который подразумевает все женственное, нежное, слегка наивное, розовое и воздушное. Как вы понимаете, проявления романтизма в деловой среде будет слегка диссонировать и отвлекать от цельности образа. Поэтому рюшечки, оборочки, пышные кружева, бюстье и другие элементы романтики в офисе крайне нежелательны.

Силуэтная линия должна быть достаточно четкой и строгой, создающей впечатление лаконичности и подтянутости. Рекомендованные цвета: серый, коричневый, бежевый, синий, белый, черный, немного темно-бордового. Рисунки тканей: тонкая неконтрастная полосочка. Исключите, по возможности, цветочки, горошек, крупные ромбики или квадратики, бесформенные разводы. Желательно исключить кожу, блестки, люрекс и лаковые фактуры.

Обувь для делового имиджа должна быть строгих классических форм, на невысоком устойчивом каблуке (не выше 4-5 см.), ни в коем случае не массивная и не хрупкая. Не рекомендуется также обувь с открытым носом или пяткой, так как она создает впечатление ранимости и изнеженности.

Макияж необходимо выдержать в натуральных спокойных тонах, ненавязчивый, достаточно строгий, не крикливый. Рекомендуется исключить яркие ультрамодные оттенки. То же самое касается маникюра.

Аксессуары **делового имиджа**: строгие небольшие серьги классического стиля, нить жемчуга (не крупного), часы сдержанной лаконичной формы. Желательно исключить серьги-висюльки, крупные браслеты, массивные перстни, обилие аксессуаров.

Возможно, деловой имидж покажется сухим и скучным, но это далеко не так! Попробуйте поработать с ним внимательнее. Обращайте внимание на сочетаемость различных элементов одежды и аксессуаров. Несомненно, каждый человек индивидуален и неповторим. Если возникло желание тщательно проработать свой имидж или индивидуальный стиль, рекомендуется обратиться за консультацией к имиджмейкеру-стилисту. [[3]](#footnote-3)

# 2. Макияж и прическа, парфюмерия, аксессуары делового человека

# 

# 2.1 Макияж и причёска

Каждая женщина, которая стремится взобраться по карьерной лестнице вверх, должна быть всегда на высоте и иметь внешность безукоризненную. Одними из средств у неё в арсенале должны быть правильно сделанный макияж и причёска деловой женщины.

Нужно отметить, что макияж у деловой женщины, это искусство, которое требует подбора тщательного средств и нанесения особой его техники. В этом макияже естественные, спокойные преобладают оттенки, которые создают, если посмотреть на такую женщину, впечатление уверенного человека.

Тон лица. Чтобы создать ровный тон лица, нужно такими средствами, воспользоваться, которые имеют водную основу. Тональное средство выбирайте розоватого оттенка, опираясь на естественный свой цвет кожи. Для делового макияжа пудру нужно выбрать прозрачную. Прозрачная пудра красиво смотрится на бледной коже, как бы слегка выравнивает тон и не меняет своего природного оттенка.

Нужно при нанесении румян простому правилу следовать: для смуглой кожи подходят тона коричневато - розовые, для светлой кожи лучше подойдут розоватые тона. Ну, а если вы не хотите пользоваться румянами, то вместо них можно взять слегка золотистую пудру.

Для губ вместо помады можно использовать прозрачный блеск, так как макияж деловой должен быть сдержанным.

Макияж глаз. Замечательный инструмент макияжа для глаз, служат тени. Пренебрегать ими, поэтому мы не будем и в деловом варианте. Чтобы подчеркнуть глаза нам понадобятся по тону подходящие тени, так называемый дуэт, светлого и тёмного оттенка. Следует нанести светлые тени на середину века и около переносицы. С помощью теней темного оттенка уголки глаз слегка можно оттенить. Для того чтобы выбрать тушь для ресниц нужно свой выбор остановить не на слишком экспрессивном варианте. Так как супер объём больше подойдёт для дискотеки, а для делового стиля подойдёт качество и естественность, так же и в макияже.

В причёске деловой женщины сегодня очень модное направление, которое получило название "натуральность и простота". В основе причёски лежат ухоженные, чистые волосы, которые забраны резинкой, ободом, заколкой. Или волосы не забраны резинкой и лежат свободно, без применения лака.

Когда вы создадите себе своё лицо с помощью макияжа и причёски, вы можете свои силы осознать и почувствовать себя уверенно. Нужно поверить в себя, ведь для вашего успеха нужно сделать всего лишь один шаг. [[4]](#footnote-4)

## 

# 2.2 Аксессуары

Стремление особей женского пола украшать себя, видимо, появилось много раньше, чем жажда одеваться. Трудно решить - был ли фиговый листок первым модным аксессуаром, прекрасно сочетавшемся с изумрудными (а почему нет) глазами Евы, алыми от эдемской клубники губами, или предметом гардероба… Важен сам факт: привычка вдевать кольца в нос, уши, напяливать на себя брюлики и фенечки дана нам, несомненно, свыше.

Аксессуары (термин переводится как дополнительный) - уже давно превратились в важнейшую составляющую образа. Лалик, Тиффани, Картье, Ван Клиф, эти асы ювелирного искусства, греют ручки на нашей страсти к всему блестящему и яркому. Вещицы Must have призваны дополнять облик, но неправильно подобранные, могут запросто убить любое лицо и макияж, не говоря уже об одежде. И пусть сегодня со страниц глянцевых журналов кричат: модно все! Век хайтека, космоса и эклектики не отменял базовых законов эстетики. Гармоничность во всем - внешний облик и внутреннее содержание соответствуют друг другу - приветствуется и пойдет на пользу женщине любого возраста и социального положения.

Природа наделила отменным чувством вкуса далеко не каждого. В этом случае выручит знание некоторых принципов (которые, разумеется, не претендуют на универсальные): единообразие, уместность и сочетаемость цветов. Очевидно, что платье в стиле шик-блеск - красота с макияжем "африканские будни" и тучей жемчуга на шее внесет некоторый сумбур в деловой распорядок типичного офиса. В общем, всему свое время и место.

Особое внимание принято уделять бижутерии, а также таким аксессуарам, как стразы, искусственные цветы, темные очки, заколки и бантики.

Искусственные цветы, буквально копирующие живые обычно броски. Они произрастают на самых неожиданных местах - от прозрачных бретелек на сарафане до браслета на руке. Такие тряпичные цветочки подходят к одежде "дети цветов - неохиппизм", яркому макияжу (тени лимонного цвета, ромашка на щеке) и их обилие не является помехой - можно украсить ушки сережками в форме цветка (благо, недостатка в таких украшениях нет), главное, чтобы лицо и тело не выглядело оранжереей…

Амулеты тоже в пику неохиппизму. Этот вид украшений очень популярен. Обычно это фенечки ручной работы, кулончики и подвески из натуральных материалов (кожа, камень, глина и дерево). Они достаточно претенциозны и требуют либо экстравагантной раскраски, либо полного отсутствия макияжа (хиппи все-таки).

В моде по-прежнему актуальные дополнения: пуговицы невообразимой формы, пайетки, стразы самых броских и разнообразных оттенков! Бинди - блестки из фольги, стекла, пластмассы, стразов - восходят к индийским украшениям (те, что на лоб). Так же как и мушки сто пятьдесят лет назад, они имеют различную форму, цвет и размер. Их назначение - привлекать внимание к безупречно гладкой коже, стройной шее и чистому лбу, сексуальным плечам. Они так же соблазнительны, особенно в сочетании с макияжем "блестящие" и "ля фам фаталь". В противном случае и иной ситуации выглядят нелепо и безвкусно. Стразы на лице должны сочетаться с блестками и пайетками на одежде.

Но деловой стиль характеризуется минимализмом как в макияже, так и бижутерии. Яппи не хиппи, и лишний браслет может испортить то самое важное первое впечатление. Поэтому, если вы прилежный работник офиса, после клабов и пабов стразы лучше снять, как впрочем, и смыть макияж, а не блестеть рождественским очарованием в душном помещении летом. Елочная игрушка - супер-блеск поутру воспринимается вполне неадекватно. Кстати, в Штатах некоторым офисным работникам вообще запрещено появляться в той же рубашке или свитере - моветон, понимаете ли. Дома что ли не ночевала или стиральная машинка сломалась?

Макияж красок в стиле moulin rouge - яркий, кричащий, настоящий взрыв - подходит для вечеринок. Если у вас красивые глаза и губы - подчеркните это, не бойтесь показать свою красоту и индивидуальность. С такой раскраской возможно все: накладные ресницы, мушки, сердечки, блеск и make up на шее. [[5]](#footnote-5)

Под вечер также можно позволить себе некоторую "неаккуратность" - это плавающие браслеты, растекающиеся ожерелья в сочетании с неброскими губами и слегка размазанным образом (растушеванные тени, несколько оттенков, резковатый переход румян). Подбирая драгметаллы помните об их сочетаемости: серебро - белое золото, золото - золотистые тени, аксессуары одного "металлического оттенка" с тенями.

Весна-лето - самое подходящее время для заколок и резиночек из пластика, пластмассы, пробки, дерева. Подбирают либо под цвет глаз, помады или волос (последнее - важнее), подчеркивая или утрируя последний. Здесь те же правила, строгие формы: простая, но стильная резинка или краб, обруч - на день, пара бантиков и покемонов или ромашек на косички - пляж или отпуск.

Серьги: известно, что этот аксессуар первоначально возник как мужской. Громоздкие украшения полнят, безвкусные портят: если вы обладательница длинной шеи, ее можно подчеркнуть тоненькими цепочками в ушки. Помните, что цыганские кольца и этнические украшения к лицу далеко не каждой.

Очки. Под очками глаз не видать - это факт. Но последнее вовсе не означает, что под солнцезащитным камуфляжем можно обойтись без макияжа вовсе. Имеет значение - овал лица, форма носа, цвет помады и волос. Hot trend - монолинзы - чаще спортивно-авангардны, реже роскошны. Компромисс - цветная, но скромная линза без лишних деталей. Такие очки сочетаются практически со всем. [[6]](#footnote-6)

Стиль складывается из деталей. По этим деталям люди "считывают" наш образ. Эклектика может стать экстравагантной при наличии безупречного вкуса и … особого социального статуса. Поэтому, надевая must have и красивый браслет, стоит задуматься - сочетается ли это с make up.

## 

# 2.3 Парфюмерия

Аромат в деловом общении играет очень важную роль, создавая не столько деловой стиль, сколько комфортную обстановку вокруг человека. Это и есть основная задача парфюмерии. Никакие одежды от кутюр, тщательно уложенные волосы и даже такие прекрасные душевные качества, как доброта и отзывчивость, не смогут изменить желания дистанцироваться от обладателя какого-то неприятного запаха. В принципе любой парфюмерный аромат - это сконцентрированная красота, легкое дыхание, трепет сердца, полет души. Деловому человеку, появившемуся в таком облаке, легче решать самые серьезные проблемы. Под действием чар его аромата по крайней мере будет найден компромисс во время деловых переговоров.

Иными словами, создание благожелательного отношения к себе - главная задача делового человека. К тому же осознание того, что ты приятен людям, делает тебя контактней и уверенней в себе. Например, когда женщина знает, что как бы она ни присела, как бы ни повела ручками и чтобы ни сделала, она - источник удовольствия, то ее настроение повышается, соответственно, в отношении нее чаще делаются скидки, поправки и т.д. Это очень важный психологический момент, и его нельзя игнорировать. Поэтому человек, который заботится о своем имидже, прежде всего, выберет аромат. Причем не только для себя.

Представьте себе ситуацию, когда приходите в офис. А руководителя, который назначил встречу, нет на месте. С явным неудовольствием присаживаетесь и начинаете изучать обстановку. В воздухе витает тонкий запах свежесваренного кофе и нежный аромат духов секретарши, на столе у которой стоит небольшой букетик гиацинтов, вплетающих свой нежный аромат в общую композицию. И постепенно уходит раздражение. В таком офисе, даже если он не очень богат, все посетители, удобно располагаются в креслах, начинают мило болтать с секретаршей, настраиваются на благожелательный лад. И вынужденное ожидание скрашивается пребыванием в приятной атмосфере, а аромат ее дополнительно усилит. И потом, вспоминая о посещении этой фирмы, никто и не вспомнит о срыве графика. Останутся самые приятные впечатления - для бизнеса это очень важно. [[7]](#footnote-7)

# Заключение

Таким образом, имидж (подражание) это какая-то картинка или "рисунок" внешности, созданный под определенную задачу. Например, может быть деловой имидж, политический, сценический и т.д. Деловой имидж понятие в большей степени социальное. Он отражает ту сферу, с которой мы привыкли или хотели бы себя отождествлять, наш статус в обществе. Иными словами, если в среде шоу-бизнеса принято использовать достаточно яркие цвета одежды, много блеска и эпатажа, то, создавая имидж шоу-звезды или шоумена, мы будем "подражать" этим правилам.

Макияж необходимо выдержать в натуральных спокойных тонах, ненавязчивый, достаточно строгий, не крикливый. Рекомендуется исключить яркие ультрамодные оттенки. То же самое касается маникюра.

Макияж у деловой женщины, это искусство, которое требует подбора тщательного средств и нанесения особой его техники. В этом макияже естественные, спокойные преобладают оттенки, которые создают, если посмотреть на такую женщину, впечатление уверенного человека.

Аксессуары **делового имиджа**: строгие небольшие серьги классического стиля, нить жемчуга (не крупного), часы сдержанной лаконичной формы. Желательно исключить серьги-висюльки, крупные браслеты, массивные перстни, обилие аксессуаров.

Аромат в деловом общении играет очень важную роль, создавая не столько деловой стиль, сколько комфортную обстановку вокруг человека. Это и есть основная задача парфюмерии. Никакие одежды от кутюр, тщательно уложенные волосы и даже такие прекрасные душевные качества, как доброта и отзывчивость, не смогут изменить желания дистанцироваться от обладателя какого-то неприятного запаха.

Из всего вышесказанного можно сделать вывод, что посредством макияжа, дизайна одежды, аксессуаров, прически можно отвлечь людей от тех недостатков, которыми обладает человек, и подчеркнуть достоинства.

# Библиография

**Литература общего содержания:**

1. Ботавина Р.Н. Этика деловых отношений: Учеб. пособие. - М.: Финансы и статистика, 2004.
2. Деловое общение. Деловой этикет: Учеб. пособие для вузов. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2004.
3. Макаров Б.Ф. Деловой этикет и общение: Учебное пособие для вузов / Под. ред. Б.Ф. Макарова, А.В. Непогоды. - Москва: Юстицинформ, 2006.
4. Митчелл М. Деловой этикет. - М.: АСТ: Астрель, 2004.

**Периодические издания:**

1. Горощенко Л. Парфюмерия и косметика: конкурентная борьба в разгаре // Российская торговля. - 2004. - № 1. - С.70.
2. Коль Л. Макияж // Литературная учеба. - 2003. - № 5. - С.9-10.
3. Сохина И.А. Деловые аксессуары. Грамотные и изысканные акценты // Справочник секретаря и офис-менеджера. - 2007. - № 1. - С.86.

1. Макаров Б.Ф. Деловой этикет и общение: Учебное пособие для вузов / Под. ред. Б.Ф. Макарова, А.В. Непогоды.- Москва: Юстицинформ, 2006.- С. 146. [↑](#footnote-ref-1)
2. Деловое общение. Деловой этикет: Учеб. пособие для вузов.- М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2004.- С. 89-90. [↑](#footnote-ref-2)
3. Ботавина Р.Н. Этика деловых отношений: Учеб. пособие.- М.: Финансы и статистика, 2004.- С. 201. [↑](#footnote-ref-3)
4. Митчелл М. Деловой этикет.- М.: АСТ: Астрель, 2004.- С. 67. [↑](#footnote-ref-4)
5. Коль Л. Макияж // Литературная учеба.- 2003.- № 5.- С. 9-10. [↑](#footnote-ref-5)
6. Сохина И.А. Деловые аксессуары. Грамотные и изысканные акценты // Справочник секретаря и офис-менеджера.- 2007.- № 1.- С. 86. [↑](#footnote-ref-6)
7. Горощенко Л. Парфюмерия и косметика: конкурентная борьба в разгаре // Российская торговля.- 2004.- № 1.- С. 70. [↑](#footnote-ref-7)