

Дата: 29.09.2021

Група: 32

Предмет: «Технології»

Тема 1. Культура зовнішнього вигляду

УРОК 9

Тема: Зовнішній вигляд представника будівельної компанії.

Мета:

- Ознайомлення культурою зовнішнього вигляду, представлення зовнішнього вигляду сучасного представника будівельної компанії.
- Вивчити послідовність підготовчих робіт
- Виховати зацікавленість та компетентність до обраної професії.

ПОЗИЦІЯ 1: МІЙ ЗОВНІШНІЙ ВИГЛЯД — МОЯ ТЕРИТОРІЯ

Людину варто оцінювати за її словами та діями, а зовнішній вигляд не є показником професіоналізму.

Важко було уявити подібну філософію у суспільстві та компаніях ще навіть 20 років тому. Та все змінюється. Зникнення дрес-коду розпочалося у Кремнієвій долині, де HP, Apple та інші tech-гіганти зробили акцент на співпраці, свободі та комфорті співробітників.

Усе більше світових компаній визнають, що ера дрес-кодів добігає кінця. 75% менеджерів [заявили](#), що міленіали приходять на співбесіди та в офіси в «неналежному» вигляді, далекому від «традиційного» дрес-коду. Адже у креативній економіці важливі актуальні знання, здатність генерувати ідеї та адаптивність.

Зовнішній вигляд є територією особистого самовираження, а робити зауваження чи давати оцінювальні коментарі – грубо та некоректно.

ПОЗИЦІЯ 2: ЗОВНІШНІЙ ВИГЛЯД — ДЗЕРКАЛО ПРОФЕСІЙНИХ ЯКОСТЕЙ

Охайній зовнішній вигляд і стиль одягу впливає на те, як людину сприймають колеги, керівництво, а головне – потенційні клієнти.

Співробітник транслює цінності та культуру компанії. Тому повинен мати належний вигляд, згідно з означеними правилами.

До речі, термін «дрес-код» виник у Великобританії, як символ принадлежності людини до певної професійної групи. Сьогодні ж 38% міленіалам менеджери [роблять зауваження](#) щодо їхнього вигляду. На думку керівництва, молоді співробітники мають одягатися більш офіційно на робочому місці.

На їхню думку, зауваження про одяг є доречними. Головне – знайти для них коректну форму.

Зовнішнім виглядом людина безперечно створює певне враження. І це вибір кожного – яке саме враження вона хоче створювати. У пострадянських країнах звички вимагати від людини певного образу, адже раніше вважалося, що так вона виявляє свою повагу чи неповагу до інших. У США, до прикладу, цілком нормальним є прийти на пари в піжамі, адже коли заняття починаються о 7:30 – студенти встигають тільки прокинутися й дійти з кампуса. Однак у нас ще присутній цей момент нашарування певного культурного коду. Саме тому постає вибір: чи хочу я вписуватися й дотримуватися певних правил, чи для мене свобода самовираження важливіша?

Нас оцінюють за нашим зовнішнім виглядом.

І ми обираємо «своїх» за зовнішнім виглядом, зчитуючи певні культурні коди. Коли ми зайдемо в кімнату з незнайомцями, серед них автоматично вихопимо кількох «своїх» – і це буде виключно на основі зовнішнього вигляду.

Утім, за одягом ми не можемо визначити професійні якості людини.

Імовірніше, так ми можемо зчитати її ставлення до компанії, у якій вона працює, або певні її вподобання та цінності. Зовнішній вигляд говорить про людину, її особисті характеристики, але не про рівень професіоналізму.

Зовнішній вигляд – зачіска, макіяж, гігієна, одяг – це те, на що людина може впливати, її свідомий вибір. А також – це те, що показує імідж компанії, особливо якщо співробітник має представницькі функції. Зовнішній вигляд співробітника – це не лише його особиста справа, тому він має відповідати певним стандартам компанії. Проте важливо додати, що аби стандартам відповідали, вони мають бути означені, наприклад, HR-менеджерами або іншими керівниками.

якщо при спогляданні чи перебуванні поряд із людиною вам неприємно, ви відчуваєте роздратування, але при цьому людина не виходить із власних кордонів і не порушує ваших – не поспішайте робити зауваження та додавати коментарі. Якщо ж ваші кордони порушуються, наприклад, ви відчуваєте неприємний запах, який викликає дискомфорт – про це варто сказати.

Важливо відстежувати свої думки. Чому вам неприємний зовнішній вигляд іншого? Адже одяг – це, зрештою, особиста справа кожного. Коли хтось дозволяє собі те, що ми не дозволяємо, – це може викликати роздратування, але, може, в цьому причина? Якщо є дрес-код і правила – чи ваша справа їх контролювати? Зазвичай у компанії є людина, яка це робить.

Кодекс корпоративної етики



Клієнт. Ми працюємо, щоб зробити життя мільйонів людей кращим, доставляючи радість, піклування, любов, мрії... Ми завжди ретельно і пунктуально виконуємо дані клієнтам обіцянки. Ми реагуємо на будь-яку їхню потребу – для нас природньо допомагати. Усмішка – ознака нашого ставлення до клієнта;



Технології. Наші технології дозволяють нам мати ефективні і безпечні виробничі процеси, які ми прагнемо максимально автоматизувати та роботизувати. Саме технології дозволяють нашим клієнтам отримувати найкращу якість, сервіс та оптимальні ціни. Ми вивчаємо та впроваджуємо найсучасніші світові технології. Ми – частина нового цифрового світу;



Персонал. Люди в компанії надійні, високопрофесійні, небайдужі, спрямовані вперед. Повага, чесність та відкритість – основа спілкування в компанії, а помилка – це пошук шляху до успіху. Керівник будь-якого рівня відкритий до рядового співробітника. Дисципліна і виконання зобов'язань – частина нашої культури: точно в строк, без виключень.



Ефективність. Лише синергія трьох цінностей Клієнт-Персонал-Технології забезпечує прибуток. Саме вона стимулює нас до інвестицій та подальшого росту. Ми завжди шукаємо найефективніший шлях до максимального результату. Ми прагнемо спрощувати процеси і мінімізувати витрати, зберігаючи високу якість послуг



Реалізація Місії та втілення Цінностей Компанії – це спільна повсякденна робота всіх працівників: від членів Наглядової Ради до фахівців. Репутація та престиж Компанії – наше спільне надбання.

ДЛОВА ЕТИКА І КОМПЛАЕНС

Правила та принципи етики Компанії базуються на загальнолюдських цінностях: гуманізму, милосердя, співчуття, чесності, взаємоповаги. Компанія здійснює свою діяльність відповідно до вимог українського законодавства та законодавства інших країн, де прямо або опосередковано веде справи.

Чесність і принциповість у відносинах з державою, із власними працівниками, партнерами, клієнтами – основний критерій оцінки наших дій при сплаті податків до бюджету, виплаті грошової винагороди персоналу, створенні належних умов праці, укладенні угод, побудові операційних процесів.

Де б ми не працювали, ми завжди виконуємо свої обіцянки і завжди намагаємося діяти правильно, навіть якщо це не найлегший шлях.

Для нас має значення спосіб, у який досягнуто результат, а не лише факт його досягнення. Компанія очікує від співробітників чесності на всіх рівнях, дотримання вимог законодавства та внутрішніх нормативних документів.

ПОЛІТИКА ПРОТИДІЇ КОРУПЦІЇ

Компанія декларує нульову толерантність до корупції, сприяє підвищенню рівня антикорупційної культури серед працівників компанії та заохочує до дотримання принципів і вимог цієї політики усіх своїх контрагентів та інших осіб, які прямо чи опосередковано перебувають у правовідносинах з Компанією.

Політика протидії корупції

Антимонопольна політика



За додатковою інформацією щодо виконання вимог Кодексу корпоративної етики ви можете звернутися до дирекції з персоналу або юридичного департаменту.

З питань порушення вимог Кодексу корпоративної етики, Політики протидії корупції, інших політик і нормативних документів прохання звертатися до спеціаліста з питань комплаенсу за електронною адресою с або за телефоном

Питання для самоперевірки:

1. **Що таке поняття зовнішнього вигляду?**
2. **Що таке дресс-код?**
3. **Що таке постава і мова рухів тіла?**
4. **Що таке культура поведінки?**

Домашнє завдання:

- ✓ **Дати відповіді на питання.**
- ✓ **Виконати короткий конспект**
- ✓ **Фотографію конспекту надіслати викладачу mTanatko@ukr.net**