“Lietišķā saskarsme. Stils un etiķete”

**Kursa apjoms:**atkarībā no izvēlētās programmas apjoma.

**Noslēgumā:** apliecinājums par dalību seminārā.

**Dalībnieku skaits:** 15 personas

**Programmas autore un pasniedzēja:  Helēna Gaile**, Mg.sc.soc.

Sabiedrisko attiecību konsultante. 15 gadu pieredze semināru vadīšanā un konsultēšanā lietišķās etiķetes un tēla veidošanas jautājumos.

 Cikls **“LIETIŠĶĀ SASKARSME. STILS UN ETIĶETE”**- lietišķās etiķetes jautājumu aktualizēšana saskarsmes pilnveidošanai ikdienas attiecībās ar klientiem un sadarbības partneriem.

 **1. Lietišķās etiķetes loma un misija.** Uzvedības kultūras pamatprincipi un personīgā komforta zona darba attiecībās. Normu dinamika. Aktuālās tendences. (2 ak.h.)

 **2. Darba un privāto attiecību robežas.**Neformālas sarunas. Neverbālās izpausmes. Ieradumi. Personīgās lietas biroja vidē. Privātu jubileju atzīmēšana. (2 ak.h)

 **3. Vizuālais tēls lietišķās attiecībās.**Apģērba, aksesuāru izvēle un kosmētikas lietojums. Lietišķais stils un pieļaujamās atkāpes. Neformāls apģērbs. Darba attiecībām nepiemērots apģērbs. Praktiski padomi garderobes plānošanai. (4 ak.h.) *Atbilstoši klienta aktuālajam stilam attiecīgi detalizētāk tiek runāts par lietišķo stilu vai neformālo apģērbu.*

 **4. Lietišķa tikšanās un lietišķa saruna.**Etiķetes pamatpozīcijas: sasveicināšanās, iepazīšanās, uzruna, atvadīšanās. Rokasspiediens. Secība.  Kas jāzina viesim, un kas – uzņēmējpusei?

Iespējamie tikšanās scenāriji un rīcības modeļi. Klienta aktuālas saskarsmes situācijas. Vizītkartes. Vide lietišķām sarunām. Cienasts. (4 ak.h.)

 **5. Telefonsaruna.** Zvanīšanas laiks, atbilde uz zvanu, zvanītaja uzruna. Sarunas gaita un sarunas noslēgums. Korekta mobilā telefona/viedtālruņa funkciju izmantošana. (2 ak.h)

 **6. Komunikācija interneta vidē.**E-vēstule kā lietišķo rakstu veids: stils, struktūra, noformējums. Korekta elektroniskā pasta funkciju izmantošana: atbilde, vēstules pārsūtīšana, sūtījums vairākiem adresātiem. Par SPAM , ko saņemam un ko radām. Par citu interneta iespēju izmantošanu komunikācijā ar klientu un sabiedrību (2 ak.h.)