

Spis treści

WSTĘP	7
1. CO TO JEST WIZERUNEK BIZNESOWY?.....	9
2. KREOWANIE WIZERUNKU BIZNESOWEGO POPRZECZ WYGLĄD PRACOWNIKÓW	13
2.1. ZNACZENIE KOLORU W KREOWANIU WIZERUNKU BIZNESOWEGO	15
2.1.1 Symbolika koloru w biznesie.....	17
2.1.2. Najbardziej i najmniej korzystne zestawienia kolorystyczne	20
2.1.3. Tkanina w garderobie biznesowej	22
2.1.4. Rodzaje typów urody	24
2.2. WIZERUNEK KOBIET.....	34
2.2.1. Ubiór biznesowy	35
2.2.2. Fryzura	49
2.2.3. Makijaż	50
2.2.4. Dodatki	51
2.3. WIZERUNEK MĘŻCZYZN	55
2.3.1. Ubiór biznesowy	55
2.3.2. Fryzura i zarost	76
2.3.3. Dodatki	76
3. KREOWANIE WIZERUNKU BIZNESOWEGO POPRZECZ ZACHOWANIE PRACOWNIKÓW	79
3.1. MOWA CIAŁA – ZNACZENIE WYBRANYCH GESTÓW	79
3.2. BIZNESOWY SAVOIR-VIVRE	93
3.2.1. Etykieta powitania i pozdrawiania się.....	93
3.2.2. Zasady przedstawiania się innym oraz przedstawiania sobie nawzajem innych osób.....	99
3.2.3. Wizytówkowy savoir-vivre	100
3.2.4. Precedencja, czyli kto ma pierwszeństwo?	105
3.2.5. Etykieta telefoniczna.....	112
3.2.6. Etykieta korespondencyjna.....	120
3.3. NAWIĄZYWANIE RELACJI INTERPERSONALNYCH	126
3.3.1. Nawiązywanie relacji służbowych z osobą nieznaną.....	129
3.3.2. Umiejętność prowadzenia rozmowy	130
3.3.3. Panowanie nad emocjami w kontaktach zawodowych	138
ZAKOŃCZENIE.....	141
BIBLIOGRAFIA.....	143