

28.02.2023

Очная форма обучения

Группа ТЭК 3/2

ОП.05 Документационное обеспечение управления

Вид занятия: лекция (2 часа)

Тема занятия: Оформление деловых писем

Цели занятия:

- учебная
 - ознакомиться с функциями деловых писем;
 - изучить разновидности деловых писем и общую структуру делового письма;
 - рассмотреть нормы этикета деловой переписки и требования, предъявляемые к тексту делового письма;
 - привлекать студентов к самостоятельной деятельности;
- воспитательная
 - воспитывать стремление к изучению дисциплины;
 - воспитывать внимание, дисциплинированность, активность.

Электронная библиотека техникума

1. Документационное обеспечение управления (с основами архивоведения): учебное пособие / М.И. Басаков. – М.: КНОРУС, 2013. – 216 с.

2. Охотников А.В., Булавина Е.А. Документоведение и делопроизводство: Учебное пособие. – Изд. 2-е, перераб. и доп. – М.: ИКЦ «МарТ»; Ростов н/Д: издательский центр «МарТ», 2005. – 304 с. – (Серия «Безупречные документы»).

Тема 8 «Оформление деловых писем»

План

1. Деловое письмо и его функции.
2. Разновидности деловых писем.
Общая структура делового письма.

Задание

1. Составить опорный конспект по вопросам лекции.
2. Ответить устно на вопросы для самоконтроля.

Обязательно в конце выполненных заданий писать Ф.И.О. и группу, ставить подпись и дату отправки. Сделать фото конспекта, информационного сообщения и прислать на электронную почту: olga_boyko_74@mail.ru

1 Деловое письмо и его функции

Значительную часть служебной документации предприятий составляют письма. Письмами пользуются различные предприятия вне зависимости от их подчиненности.

Письмо (служебное письмо, деловое письмо, деловая корреспонденция) – обобщенное название различных по содержанию документов, служащих средством общения между учреждениями в процессе осуществления их деятельности.

Деловое письмо – обобщенное название широко применяемого вида официальных документов, служащих средством общения различных организаций по поводу осуществляемой ими деятельности.

К категории деловых писем относится также переписка между частными лицами и организациями, если её содержание касается взаимных интересов.

Основным признаком, по которому деловые письма из всех видов управленческой документации выделяются в особую группу документов, является пересылка их по электронной почте, хотя они могут пересылаться также с помощью телеграфа, факсимильной связи, отделений почтовой связи.

Деловое письмо выполняет ряд важных функций. Прежде всего, это – информационная функция. В письме фиксируются факты, сведения, мнения и другие явления практической и мыслительной деятельности людей.

Письмо обладает организационной функцией. С помощью письма обеспечивается воздействие на людей для организации и координации их деятельности.

Письмо несёт юридическую функцию, поскольку его содержание используется в качестве свидетельства, доказательства при рассмотрении спорных вопросов сторонами отношений.

Письмо выполняет воспитательную функцию, поскольку требует повышенного уровня образовательной подготовки, дисциплинирует исполнителя, а хорошо оформленное письмо воспитывает эстетический вкус управленческого персонала, поддерживает престиж организации.

Информация, которую содержит в себе письмо, может быть выражена на любом языке, зафиксирована любым способом и на любом носителе информации: бумага, кино- и фотопленка, магнитные ленты, носители для записи и хранения компьютерной информации (дискеты, картриджи, CD-диски и др.).

Следует подчеркнуть, что основным носителем деловой информации на сегодня в делопроизводстве является бумага. Так, опрос ряда фирм показал, что в этих фирмах 92 % информации хранится на бумаге, а 1 % – на дисках.

2 Разновидности деловых писем.

Общая структура делового письма

Классификация писем:

1) По тематическому признаку:

- деловое письмо (экономические, правовые, коммерческие и другие формы деятельности);
- коммерческое письмо (заключение и выполнение коммерческих сделок, вопросы сбыта и снабжения);

2) По функциональному признаку:

- требующие ответа (письмо-запрос, письмо-предложение, письмо-рекламация, письмо-обращение);
- не требующие ответа (сопроводительное письмо);

3) По признаку адресата:

- обычные;
- циркулярные (в несколько адресов, обобщенный адресат).

Виды писем:

Циркулярные письма обычно высылаются вышестоящей организацией, которая сообщает подчиненным предприятиям определенные сведения или установки, касающиеся деловых вопросов или задач, и носят распорядительный характер.

Письмо-запрос, когда покупатель обращается к продавцу, импортеру, эксперту с просьбой дать подробную информацию о товаре или услуге, т. е. сформулировать коммерческое предложение.

Гарантийные письма направляются для подтверждения данных ранее обещаний или оговоренных условий. Гарантироваться могут качество работ, сроки выполнения заказа, оплата товаров, услуг, арендуемых помещений и т. д.

Оферта – письменное предложение одного лица (оферента) другому лицу (акцептанту), выражающего желание заключить с ним договор. Оферта имеет определенный, указанный в ней, срок действия.

Рекламация – коммерческий документ, представляющий собой предъявление претензий к стороне, нарушившей принятые на себя договорные обязательства, и требование возмещения убытков. Рекламации предъявляются в отношении качества товара, объемов и сроков его поставки, упаковки, маркировки, платежа. Они предполагают письмо-ответ.

Сопроводительные письма составляют при отправке адресату каких-либо документов или материальных ценностей. Такие письма могут содержать дополнительную информацию по прилагаемым документам. Сопроводительное письмо является также средством контроля за движением документов и материальных ценностей.

Письма-подтверждения высылаются для подтверждения получения документов или материальных ценностей. Иногда в них приводят краткое изложение содержания документов и перечень материальных ценностей.

Письма-извещения. Обычно эти письма являются ответом на запрос и начинаются со слов «На Ваш запрос сообщаем», «Извещаем Вас».

Письма-напоминания направляются в тех случаях, когда не удается с помощью телефонных переговоров или личного контакта получить необходимый результат. В письмах содержится не только напоминание о выполнении взятых обязательств, но и говорится о возможных мерах, которые будут приняты при их невыполнении.

Письма-просьбы излагают какую-либо просьбу, предельно кратко и уважительно подчеркивают заинтересованность организации в её скорейшем выполнении, заранее выражая благодарность за усилия по её исполнению.

Информационные письма – это разновидность письма-извещения, своевременно информирующего заинтересованное должностное лицо или организацию о свершившемся факте. Для такого письма достаточно подписи секретаря.

Письма-приглашения направляются индивидуальному или коллективному адресату. При большом количестве адресатов целесообразно использовать изготовленные типографским способом трафареты, в которых свободные места заполняются от руки.

Рекламное письмо содержит описание рекламируемых товаров или услуг. В письме должна быть приведена полная и четкая информация о предмете рекламы, указан адрес организации и телефон для справок.

В потоке почтовой корреспонденции, поступающей в организацию, определенную долю занимают частные письма. В них авторы обращаются к руководству организации с различными просьбами, жалобами, предложениями.

Письма могут быть простыми и сложными. Простое письмо – это малообъемный документ, в котором рассматривается только один вопрос. Сложное письмо – многоаспектный документ. Такое письмо может состоять из двух и более страниц.

К составлению служебных писем предъявляют те же требования, что и к составлению других служебных документов. Официальные письма пишутся на специальных бланках, соответствующих стандарту, имеют установленный комплекс обязательных элементов (реквизитов) и определенный порядок их расположения. Бланк официального письма представляет собой лист бумаги с воспроизведенными типографским способом постоянными элементами.

Требования к тексту служебного письма:

- ясность
- простота изложения
- полнота информации
- грамотность
- уважительный тон изложения
- четкость
- краткость изложения
- обоснованность аргументов.

Любое письмо состоит как бы из трех частей. В первой приводятся мотивы подготовки письма, ссылки на факты и события, решения вышестоящих организаций и другие аргументы, послужившие основанием для составления документа. Во второй части излагаются выводы, просьбы, предлагаются решения. В третьей может формулироваться ожидаемый результат, констатироваться отказ, отклонение предложения и т. п.

Письмо оформляют в 2-х экземплярах (1-й экз. на бланке отправляется адресату; 2-й подшивается в дело);

Нормы этикета деловой переписки

- Бумага требуется хорошего качества, чистая, аккуратно обрезанная
- Бланки для письма должны быть правильно оформлены
- Листы нумеруют, кроме первых, только на лицевой стороне
- Текст через полтора интервала
- Желательно избегать переноса слов
- Письмо складывается текстом внутрь (или не сгибая), и посылается в больших плотных конвертах
- На письмо следует дать ответ в течение 10 дней (в крайнем случае - 30 дней)

- Подпись от руки (факсимиле не допускается)

Пример структуры письма-просьбы:

1. Излагается причина, вызвавшая необходимость обращения с просьбой.
2. Излагается суть просьбы.
3. Приводится ожидаемый результат от удовлетворения просьбы.

Письмо не должно занимать более одной страницы формата А4.

Телеграмма (телетайпограмма) - обобщенное название различных документов, выделяемых в одну категорию по особому способу передачи текста: по телеграфу или телетайпу.

Текст телеграммы отличается телеграфическим стилем, составляется в предельно сжатой форме.

Телефонограмма – обобщенное название различных по содержанию документов, выделяемых в отдельную категорию в связи с особым способом передачи текста (устно по каналам телефонной связи и записывается от руки)

Телефакс (факс) – получаемая на бумажном носителе копия документа, переданного по каналам факсимильной связи.

Вопросы для самоконтроля

1. Что собой представляет деловое письмо?
2. Какие функции выполняет деловое письмо?
3. По каким признакам классифицируют деловые письма?
4. Назовите виды писем.
5. Что такое оферта?
6. Что собой представляет рекламация?
7. Какие требования предъявляются к тексту служебного письма?
8. Назовите нормы этикета деловой переписки.

Домашнее задание

Выучить конспект лекции.

Преподаватель: Бойко Ольга Антоновна