

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФГБОУ ВО «Воронежский государственный
технический университет»

И.В. Логунова

ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ЭТИКА
И СЛУЖЕБНЫЙ ЭТИКЕТ

Утверждено учебно-методическим советом
университета в качестве учебно-методического
пособия

Воронеж 2018

УДК 621.31(075.8)
ББК 245.145
С425

Рецензенты:

*кафедра экономической безопасности РЭУ им. Г.В. Плеханова
(Воронежский филиал)
(зав. кафедрой канд. экон. наук, доц. О.В. Хорошилова;
д-р экон. наук, проф. И.В. Каблашова*

Логунова, И.В.

С425 / Профессиональная этика и служебный этикет: учеб.-метод. пособие [Электронный ресурс]. – Электрон. текстовые и граф. данные (Мб) / И.В. Логунова. - Воронеж: ФГБОУ ВО «Воронежский государственный технический университет», 2018. – 1 электрон. опт. диск (CD-ROM) : цв. – Систем. требования: ПК 500 и выше; 256 Мб ОЗУ ; Windows XP; SVGA с разрешением 1024x768; Adobe Acrobat ; CD-ROM дисковод ; мышь. – Загл. с экрана.

ISBN

В учебно-методическом пособии представлены основные теоретические положения по дисциплине, приведены задания и ситуации для проведения практических занятий, задания для выполнения самостоятельной и контрольной работы, вопросы для самопроверки и подготовки к зачету.

Издание соответствует требованиям Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по специальности 38.05.01 «Экономическая безопасность» (специализация «Экономика и организация производства на режимных объектах»), дисциплине «Профессиональная этика и служебный этикет».

Табл. 1. Библиогр.: 5 назв.

УДК 621.31(075.8)
ББК 245.145

ISBN

© Логунова И.В., 2018
© ФГБОУ ВО «Воронежский государственный технический университет», 2018

ВВЕДЕНИЕ

Формирование и развитие современной системы управления предприятием в условиях перехода к цифровой экономике невозможны без соблюдения основных правил поведения в деловом мире и соблюдения ключевых требований ведения деловых переговоров и взаимодействия с партнерами. В связи с этим одной из важнейших задач подготовки специалистов в области экономической безопасности, способных принимать эффективные управленческие решения, которые не противоречат целям всех заинтересованных сторон и принципам деловой этики, является знание основных принципов профессиональной этики и служебного этикета.

Цель дисциплины «Профессиональная этика и служебный этикет» состоит в формировании системного представления о профессиональной этике, основных общечеловеческих и профессионально-ориентированных ценностях, принципах и правилах, служебном этикете, установки на безусловное соблюдение этических норм в профессиональной деятельности.

Задачи дисциплины «Профессиональная этика и служебный этикет» являются:

- формирование знаний основных понятий и категорий профессиональной этики, основных норм и ценностей профессиональной этики;
- приобретение навыков оценки разных аспектов профессиональной деятельности с точки зрения требований нравственности и морали;
- ознакомление с правилами служебного этикета;
- изучение особенностей служебного этикета с отечественными и зарубежными партнерами.

В результате освоения дисциплины «Профессиональная этика и служебный этикет» формируются следующие общекультурные компетенции:

ОК-4 – способность выполнять профессиональные задачи в соответствии с нормами морали, профессиональной этики и служебного этикета;

ОК-5 – способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, культурные, конфессиональные и иные различия, предупреждать и конструктивно разрешать конфликтные ситуации в процессе профессиональной деятельности.

В результате освоения дисциплины студент должен:

Знать:

- нормы морали, профессиональной этики и служебного этикета (ОК-4);

- принципы морали, профессиональной этики и служебного этикета (ОК-4);

- основы работы в коллективе, взаимодействия с коллегами, предупреждения и разрешения конфликтных ситуаций в процессе профессиональной деятельности (ОК-5);

- социальные, культурные, конфессиональные и иные различия работы в коллективе (ОК-5);

Уметь:

- работать в коллективе, взаимодействовать с коллегами в процессе профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, культурные, конфессиональные и иные различия (ОК-5);

- предупреждать и разрешать конфликтные ситуации в процессе профессиональной деятельности (ОК-5);

- соблюдать правила вежливости и культуры поведения в профессиональной деятельности (ОК-4);

- оценивать факты и явления профессиональной деятельности с этической точки зрения (ОК-4);

- решать профессиональные задачи в соответствии нормами морали, профессиональной этики и служебного этикета (ОК-4);

Владеть:

- навыками поведения и общения в коллективе в соответствии с нормами служебного и общего этикета (ОК-4);

- методами решения профессиональных задач в соответствии с нормами морали, профессиональной этики и служебного этикета (ОК-4);

- основами работы в коллективе, взаимодействия с коллегами, предупреждения и разрешения конфликтных ситуаций в процессе профессиональной деятельности (ОК-5).

Учебно-методическое пособие состоит из нескольких разделов. В первом разделе представлен конспект лекций - основные теоретические положения дисциплины, позволяющие получить основные знания и обеспечивающие понимание ключевых понятий дисциплины.

Второй раздел содержит методические рекомендации для проведения практических занятий на основе анализ проблемных ситуаций и разработки вариантов для их разрешения.

В третьем разделе представлены задания для самостоятельной работы, направленные на выполнение проектных заданий и развитие навыков презентации и публичных выступлений.

Четвертый раздел посвящен контрольной работе, которую выполняют студенты заочной формы обучения и которая является обязательной контрольной точкой для студентов-очников. Пятый раздел включает тесты, направленные на проверку знаний студентов по темам курса.

В шестом и седьмом разделах соответственно приведены вопросы для подготовки к зачету и список рекомендуемой литературы для освоения дисциплины. В восьмом разделе представлен глоссарий дисциплины.

1. КОНСПЕКТ ЛЕКЦИЙ

Тема 1. Введение. Основы профессиональной этики

- 1.1 Этика как наука
- 1.2. Профессиональная этика: понятие и особенности
- 1.3. Сущность деловой этики. Базовые документы деловой этики
- 1.4. Этические принципы и нормы в деловых отношениях

Основные понятия

- **Этика** ((от греч. «ethos» – обычай, порядок, традиция, характер)
 - 1. философская дисциплина, изучающая нравственность и мораль;
 - 2. система норм нравственного и морального поведения человека.
- **Аристотель (384-322 до н.э.)**
 - практическая философия, которая должна дать ответ на вопрос, что мы должны делать, чтобы совершать правильные нравственные поступки.

Основные понятия

- **Этика** – область научных знаний, предметом изучения которой является мораль, нравственность как форма общественного сознания.
- **Мораль** – существующая внутри общества система ценностей, выполняющая функцию регулирования поведения человека.
- **Нравственность** – сфера духовной жизни человека и общества, включающая в себя различные обычаи, нормы человеческого общежития.

Классификация этики

- По форме знания
 - Философская (теоретическая)
 - Дескриптивная (описательная)
 - Прескриптивная (нормативная)
- По широте
 - Универсальная
 - Профессиональная

Классификация этики

- По типу мировоззрения
- светская
- Религиозная
- По виду отношений
 - Социальная
 - Индивидуальная

Виды этики

- **Прикладная этика** описывает совокупность принципов, норм и правил, выполняющих практическую функцию научения людей должному поведению в конкретных ситуациях и в определенных сферах жизнедеятельности.
- Прикладная этика включает систему моральных принципов, норм и правил поведения специалистов разного профиля с учетом особенностей их профессиональной деятельности и конкретной ситуацию

Виды этики

- **Нормативная этика** обосновывает моральные принципы и нормы, которые выступают как теоретическое развитие и дополнение морального сознания общества и личности.
- Нормативная этика базируется на высших моральных ценностях и предписывает человеку с позиций должноствования (деонтологии) определенные правила поведения во взаимоотношениях и поведении людей.

Виды этики

- **Теоретическая этика** исследует сущность морали, ее основные принципы и категории, функции и закономерности.

Этика ≠ этикет

- **Этика** – система универсальных и специфических, нравственных требований, правил и норм поведения, реализуемых в процессе общественной жизни. Этика деловых отношений основана на базовых принципах общественной жизни.
- **Этикет** (фр.) – нормы и правила, отражающие представление о должном поведении людей в обществе.
- **Этикет** – совокупность конкретных правил поведения, касающихся внешнего проявления отношения к людям (обхождение с окружающими, формы обращения и приветствий, поведение в общественных местах, манеры и одежда), составная часть внешней культуры общества (культуры поведения).
 - Этикет, как и этика, определенным образом регулирует поведение людей, устанавливая порядок и правила поведения где-либо.
 - В настоящее время этикет означает некий кодекс вежливости. Правила этикета по сути не имеют моральной природы, речь идет о хороших или плохих манерах.

Виды этикета

- **придворный этикет** – строго регламентируемый порядок и формы обхождения, установленные при дворах монархов;
- **дипломатический этикет** – правила поведения дипломатов и других официальных лиц при контактах друг с другом на различных дипломатических приемах, визитах, переговорах;
- **воинский этикет** – свод общепринятых в армии правил, норм и манер поведения военнослужащих во всех сферах их деятельности;
- **общегражданский этикет** – совокупность правил, традиций и условностей, соблюдаемых гражданами при общении друг с другом;
- **деловой этикет**.

Принципы делового этикета

- Пунктуальность
- Соответствие имиджа места работы
- Абсолютная конфиденциальность
- Сохранение самообладания
- Сохранение дистанции

Понятие деловой этики

- Деловая этика – это совокупность норм поведения предпринимателя, совокупность требований, предъявляемых культурным обществом к характеру общения с людьми, социальному облику делового человека.
- Деловая этика позволяет рассматривать и оценивать деловые отношения предпринимателей, а также личное поведение с точки зрения соответствия общепринятым в деловом мире принципам поведения.

Деловая этика как система

- Государственная этика
- Социальная этика
- Производственная этика
- Управленческая этика
- Коммерческая этика
- Этика теневого бизнеса
- Деловая этика разных культур

Профессиональная этика – это

- совокупность моральных норм, которые определяют отношение человека к своему **профессиональному** долгу;
- это нравственные нормы, которые регулируют взаимоотношение людей в трудовой деятельности и отношение человека к своим профессиональным обязанностям, долгу.
- Термин, используемый для обозначения:
 - системы **профессиональных** моральных норм (например «профессиональная этика юриста»),
 - направления **этических** исследований относительно оснований профессиональной деятельности.

Профессиональная этика

- - это кодекс поведения, предписываемый тип отношений, которые представляются наилучшими с точки зрения выполнения работниками своих служебных обязанностей в той или иной профессиональной сфере.
- Профессионально-этические нормы и стандарты зависят от ряда факторов:
 - комплекс этических представлений, норм, оценок, которыми личность владеет от рождения, представление о том, что такое добро и зло, т.е. собственный этический кодекс, с которым человек живет и работает независимо от занимаемой должности и выполняемой работы;
 - Нормы и стандарты, привносимые из вне: правила внутреннего распорядка организации, этический кодекс организации, устные указания руководства, профессиональный этический кодекс.

Содержание профессиональной этики

- **Общие принципы** профессиональной этики, базирующиеся на общечеловеческих нормах морали, предполагают:
 - профессиональную солидарность (иногда перерождающуюся в корпоративность);
 - особое понимание долга и чести;
 - особую форму ответственности, обусловленную предметом и родом деятельности.
- **Частные принципы** вытекают из конкретных условий, содержания и специфики той или иной профессии и выражаются, в основном, в моральных кодексах — требованиях по отношению к специалистам.

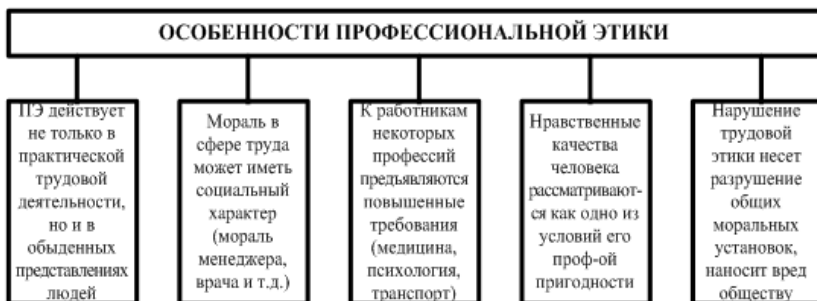
Предмет профессиональной ЭТИКИ

- качества личности специалиста, необходимые для выполнения профессионального долга;
- нравственные взаимоотношения специалистов и объектов/субъектов их деятельности (врач – пациент, преподаватель – студент и т.д.);
- взаимоотношения коллектива организации с обществом;
- взаимоотношения людей внутри трудового коллектива и нормы, которые их регулируют;
- цели и методы профессионального обучения и воспитания.

Классификация профессиональной ЭТИКИ

- **Традиционные виды профессиональной этики:** как педагогическая, медицинская, юридическая, этика ученого, этика права, предпринимателя (бизнесмена), и т. д.
- **Новые виды,** появление или актуализация которых связаны с возрастанием роли «человеческого фактора» в данном виде деятельности (инженерная этика) или усилением его влияния в обществе (журналистская этика, биоэтика).
- Каждый вид профессиональной этики определяется своеобразием профессиональной деятельности, имеет свои специфические аспекты в реализации норм и принципов морали и в совокупности составляет профессиональный кодекс морали.

Особенности профессиональной ЭТИКИ



Понятие деловой этики

- **Деловая этика** в широком смысле — это совокупность этических принципов и норм, которыми должна руководствоваться деятельность организаций и их членов.
- Деловая этика включает: этическую оценку как внутренней, так и внешней политики организации в целом; моральные принципы членов организации, т.е. профессиональную мораль; моральный климат в организации; нормы делового этикета и т.п.

Понятие деловой этики

- Деловая этика является одной из разновидностей профессиональной этики.
- Деловая этика определяет поведение и практическую деятельность профессионалов бизнеса.
- Деловая этика – это совокупность моральных стандартов, о которых многие говорят, но мало кто их придерживается.
- Деловая этика – это научная дисциплина, изучающая применение этических принципов к деловым ситуациям.
- Деловая этика – это применение этических принципов к деловым ситуациям.
 - Деловая этика представляет собой синтез теории этики и традиционного обучения ведению дел, таких как организационное поведение, экономика, стратегическое планирование, финансы, учет, маркетинг

Лора Нэш «Долой благие намерения»

- **Деловая этика** представляет собой изучение соответствия моральных норм человека деятельности и целям коммерческого предприятия.
- Деловая этика не является простым набором определенных моральных стандартов, а представляет собой инструмент анализа и решения проблем, которые встают перед нравственным человеком, занимающимся бизнесом.

2 подхода к пониманию деловой ЭТИКИ

- *Деловой прагматизм* (деловой макиавеллизм) – в деловой жизни этика не нужна, роль деловой жизни исключительно экономическая.
- Прагматики стараются избегать разговоров о морали, этических идеалах, социальных обязанностях, поскольку в результате появляются «излишние», не относящиеся к делу проблемы.
- Для предпринимателей, стоящих на позиции делового макиавеллизма, основной целью является максимизация прибыли любыми доступными средствами. Крайним случаем неэтичного поведения бизнесмена является нарушение закона.
- *Соблюдение этических норм* – это более цивилизованный подход, так как деловая организация является компонентом общества и, утверждая этические нормы у себя, она в тоже время способствует их распространению и в макросреде (социуме).
- Чем благополучнее этическая атмосфера в обществе, тем благоприятнее обстановка и для деловой жизни.
- Неэтичное поведение рано или поздно обернется прямыми экономическими убытками или социальными, нравственными издержками как для предприятия, так и для социальной среды.

Ключевые вопросы деловой ЭТИКИ

- взаимоотношение между корпоративной и универсальной этикой;
- проблема социальной ответственности бизнеса;
- вопросы приложения общих этических принципов к конкретным ситуациям принятия решений;
- способы повышения этического уровня организации;
- влияние религиозных и культурных ценностей на экономическое поведение и др.

Виды деловой этики

- **Макроэтика** - это та часть деловой этики, которая рассматривает специфику моральных отношений между макросубъектами социальной и экономической структуры общества: корпорациями, государством и обществом, как в целом, так и его организованными частями.
- **Микроэтика** – исследование специфики моральных отношений внутри корпорации, между корпорацией как моральным субъектом и ее работниками, а также держателями акций.

Социальные функции деловой этики

- содействие успешному решению задач профессии;
- выполнение роли посредника, сочетающего интересы общества и профессиональных групп населения;
- согласование интересов общества и личности в рамках данной социальной группы

Воспитательный аспект

- Профессионализм и отношение к труду являются важными качественными характеристиками морального облика личности;
- *Основой* деловой этики служит понимание труда как нравственной ценности;
- Труд становится моральной ценностью, если воспринимается не только как источник средств существования, но и как способ формирования человеческого достоинства

Традиционные этические проблемы

- проблема морального выбора превращается в проблему выбора профессии, так называемую проблему призвания;
- проблема смысла жизни становится проблемой смысла профессиональной деятельности;
- моральный долг рассматривается как долг профессиональный;
- моральная ответственность преломляется через профессиональную ответственность, профессиональные качества личности получают моральную оценку.

Принципы деловой этики

- Личностные принципы:
 - Прибыль превыше всего, однако честь важнее прибыли.
 - Уважение к участникам общего бизнеса – залог правильных и здоровых деловых отношений, основа самоуважения.
 - Достигать бизнес-целей нельзя путем насилия или угроз.
- Профессиональные принципы:
 - Дело всегда должно быть соразмерено со средствами.
 - Доверие партнеров должно быть оправдано, поэтому важно быть честным и порядочным человеком, настоящим профессионалом своего дела.
 - В деловых отношениях должна доминировать здоровая и честная конкуренция.

Гражданские принципы деловой этики

- Законы, действующие на территории страны, подлежат соблюдению.
- Повлиять на власть законно можно лишь в случае объединения сторонников одной и той же идеи, основываясь на действующих принципах.
- Делать добрые дела следует без ожидания за них признания и ответных действий.
- Создавая собственное дело, нельзя приносить вред природе.
- Преступности и коррупционным действиям не место в серьезном бизнесе, поэтому их необходимо избегать и добиваться признания честным путем.
- В бизнесе всегда должна присутствовать толерантность к другим народам, взглядам и традициям.

Нормы деловой этики

1. Честность, порядочность и надежность.
2. Уважение прав собственности.
3. Коллегиальность.
4. Конструктивная критика, исправление этических ошибок и бесконфликтность.
5. Экологический принцип.
6. Соответствие осуществляемой деятельности требованиям закона и иных правовых норм.
7. Направление информации о чьем-либо незаконном или неэтичном поведении в руководящие органы компании или в государственные органы.
8. Гедонистический принцип.
9. Благотворительность.
10. Корпоративная социальная ответственность.
11. Профессионализм, компетентность и информированность.
12. Информированное согласие.
13. Конфиденциальность и профессиональная тайна.
14. Сотрудничество при конфликте интересов.
15. Защита и надлежащее использование активов корпорации.
16. Борьба с коррупцией.

Документы деловой этики

- Наиболее распространенными *типами документов деловой этики* являются *декларации и кодексы*, которые являются своеобразными сводами законов внутрикорпоративного пользования – одной из эффективных форм регулирования и контроля деятельности предприятия или организации.

Функции документов деловой этики

- **Репутационная функция**
заключается в повышении доверия к компании со стороны потенциальных инвесторов (акционеров, банков, инвестиционных компаний) и деловых партнеров (клиентов, поставщиков, подрядчиков и т. д.). Наличие у компании документа деловой этики уже становится своеобразным брендом, признаком ее успешности и необходимым условием высокой деловой репутации.
- В результате принятия и внедрения документа деловой этики в деятельность компании растет ее инвестиционная привлекательность, имидж компании выходит на качественно более высокий уровень.
- **Управленческая функция**
документов деловой этики состоит в регламентации и упорядочивании корпоративного поведения в сложных и неоднозначных ситуациях с точки зрения соблюдения принципов этики, честности и добросовестности.

Управленческая функция обеспечивается:

- формированием этических аспектов корпоративной культуры между заинтересованными лицами внутри корпорации (акционерами, директорами, менеджерами и работниками). Документ деловой этики, внедряя корпоративные ценности внутри компании, выкристаллизовывает корпоративную идентичность данной компании и в результате повышает качество стратегического и оперативного управления в ней;
- регламентацией приоритетов в отношениях с внешними заинтересованными лицами (поставщиками, потребителями, кредиторами и т. д.);
- определением порядка и процедуры разработки и принятия решений в сложных этических ситуациях;
- перечислением и конкретизацией форм поведения, недопустимых с позиции этики.

Кодексы профессиональной ЭТИКИ

- регулируют профессиональную деятельность всех членов профессии;
- определяют строгие нормы поведения членов профессий;
- провозглашают свод идеалов, к достижению которых члены профессии должны стремиться и которыми они должны руководствоваться в своей практике;
- могут носить дисциплинарный характер.

Свойства кодекса профессиональной ЭТИКИ

1. Кодекс должен быть регулятивным, целенаправленным;
2. Кодекс призван защищать общественные интересы и интересы тех, кого профессия обслуживает;
3. Кодексы должны быть точно сформулированными и честными;
4. Кодекс должен быть и контролируемым, и контролирующим.

Международные этические принципы бизнеса

- **Принцип 1.** Ответственность бизнеса от акционеров – к владельцам своей доли в бизнесе.
 - Ценность бизнеса для общества заключается в благосостоянии и рабочей занятости, которые он порождает, а также в пользующихся спросом товарах и услугах, которыми он обеспечивает покупателей за разумную цену, соизмеримую с их качеством. Для создания такой ценности бизнес должен поддерживать свое собственное экономическое здоровье и жизнеспособность, однако выживание является не главной целью.
 - Роль компаний – содействовать улучшению уровня жизни всех своих клиентов, служащих и акционеров, разделяя с ними богатство, которое они создают. Поставщики и конкуренты также вправе рассчитывать на уважение своих обязанностей со стороны компаний.
 - Как добропорядочные граждане местных, национальных, региональных и мировых общин, в которых они действуют, компании участвуют в проектировании будущего этих общин.

Международные этические принципы бизнеса

- **Принцип 2.** Экономическое и социальное влияние бизнеса к прогрессу, справедливости и мировому сообществу.
 - Компании, создаваемые за рубежом для разработки, производства или продажи своей продукции, должны также содействовать прогрессу этих стран, обеспечивая продуктивную занятость и помогая повышать покупательную способность их граждан. Эти компании должны также вносить свой вклад в соблюдение прав человека, в образование, благосостояние и обновление стран, в которых они работают.
 - Компании должны способствовать экономическому и социальному прогрессу не только тех стран, в которых они работают, но и всего мирового сообщества в целом посредством эффективного и бережного использования природных ресурсов, свободной и честной конкуренции, придавая особое значение модернизации технологии, методов производства, маркетинга и коммуникаций.

Международные этические принципы бизнеса

- **Принцип 3.** Этика бизнеса от буквы закона – к духу доверия.
 - Признавая законность коммерческих секретов, компании должны осознавать, что искренность, беспристрастие, правдивость, выполнение обещаний и открытость способствуют не только повышению доверия к себе и собственной стабильности, но и смягчению и большей эффективности коммерческих сделок, особенно на международном уровне.

Международные этические принципы бизнеса

- **Принцип 4.** Уважение правовых норм.
 - Для того чтобы избежать разногласий в торговле и способствовать обеспечению равных условий для конкуренции в свободной торговле, а также справедливому и беспристрастному подходу ко всем участникам торговли, компании должны уважать международные и внутренние нормы. Кроме того, они должны признавать, что некоторые действия, даже совершаемые по закону, могут, тем не менее, привести к нежелательным последствиям.

Международные этические принципы бизнеса

- **Принцип 5.** Поддержка многосторонних торговых отношений.
 - Фирмы должны оказывать поддержку многосторонним торговым системам GATT /Всемирная организация торговли и им подобным международным соглашениям (General Agreement on Tariffs and Trade, GATT – Общее соглашение о тарифах и торговле – Примеч. переводчика). Они должны содействовать прогрессивной и разумной либерализации торговли и смягчать те внутренние нормы, которые необоснованно препятствуют мировой торговле, даже если это делается во имя интересов национальной политики.

Международные этические принципы бизнеса

- **Принцип 6.** Уважительное отношение к окружающей среде.
 - Бизнес должен охранять и там, где это возможно, улучшать окружающую среду, способствовать ее развитию и избегать расточительного использования природных ресурсов.

Международные этические принципы бизнеса

- **Принцип 7.** Избегать противозаконных действий.
 - Бизнес не должен участвовать или мириться со взяточничеством, отмыванием денег или с другими бесчестными приемами. Без сомнения, он должен стремиться к сотрудничеству с остальными для искоренения подобной практики. Он не должен заниматься торговлей оружием или другими материалами, используемыми в террористической деятельности, распространением наркотиков или другими видами организованной преступности.

Особенности российских ценностей, важных для экономики

- Духовность
- Коллективизм
- Самопожертвование, жертвенность (общинность)
- Соборность
- Отношение к труду и успеху
- Труд – удовольствие, творчество, радость мастера
- Размах, широта, склонность к масштабным делам
- Нестяжательство: богатство – грех, бедность – добродетель
- Справедливость
- Эмоциональность, порыв, вдохновение

Проблемы этики деловых отношений в России

□ Внутренние барьеры:

1. Скептическое и негативное отношение к нововведениям.
2. Смещение ответственности на другого.
3. Неуверенность в своей моральной последовательности.
4. Страх за конкурентоспособность.
5. Сомнение в том, что принципы будут работать на практике, так как они не имеют силы обязательного исполнения.

□ Внешние барьеры:

1. Частая смена законов и нормативно-правовых актов.
2. Незавершенность процесса формирования общественного мнения.
3. Теневая и криминальная экономика, как дополнительные факторы формирования деловой этики.
4. Многочисленные факты вымогательства со стороны чиновников, низкий уровень развития собственного персонала, продажность собственного персонала, финансовая нестабильность.

«Двенадцать принципов ведения дела в России», Национальный фонд «Российская деловая культура» 1997 г.

Принципы личности

1. Прибыль важнее всего, но честь дороже прибыли.
2. Уважай участников общего дела – это основа отношений с ними и самоуважения. Уважение и самоуважение даются выполнением принятых деловых обязательств.
3. Воздерживайся от насилия и угрозы применения насилия как способов достижения деловых целей.

Принципы профессионала

4. Всегда веди дело сообразно средствам.
5. Оправдывай доверие, в нем – основа предпринимательства и ключ к успеху. Стремись завоевать репутацию честного, компетентного и порядочного партнера. Будь таким, каким ты хочешь видеть своего лучшего партнера.
6. Конкурируй достойно. Не доводи деловые разногласия до суда. Самый надежный партнер – тот, который тоже выигрывает от сделки.

«Двенадцать принципов ведения дела в России», Национальный фонд «Российская деловая культура»

1997 г.

Принципы гражданина России

7. Соблюдай действующие законы и подчиняйся законной власти.
8. Для законного влияния на власть и законотворчество объединяйся с единомышленниками на основе данных принципов.
9. Твори добро для людей, а не ради корысти и тщеславия. Не требуй за него непременно общественного признания

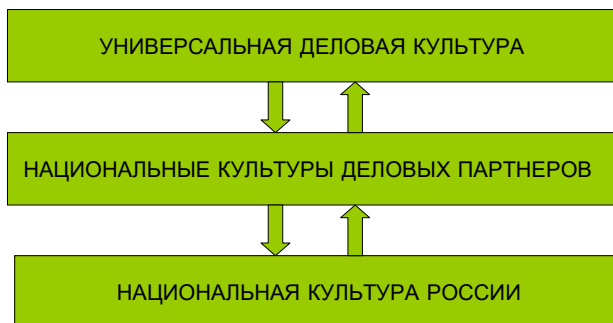
Принципы гражданина Земли

10. При создании и ведении дела как минимум не наноси ущерба природе.
11. Найди в себе силы противостоять преступности и коррупции. Способствуй тому, чтобы они стали невыгодны всем.
12. Проявляй терпимость к представителям других культур, верований и стран. Они не хуже и не лучше нас, они – просто другие.

Иерархия этики бизнеса

1. Мировой уровень (гипернормы): нормы высшего уровня, касающиеся общечеловеческих ценностей; «Принципы международного бизнеса» - всемирный этический кодекс – 1994 г.
2. Национальные нормы (макроуровень): в масштабах отрасли или национальной экономики, например, этические нормы конкретной страны – «12 принципов ведения дел в России».
3. Корпоративный уровень: микроуровень, в масштабе отдельного предприятия и его клиентов.
 - На практике возможно несовпадение этических норм на разных уровнях иерархии

Факторы внешней социальной среды, влияющие на культуру организации



Система этических критериев деловых отношений:

- общечеловеческие этические принципы;
- этические принципы конкретной страны.
 - Предпринимательская деятельность всегда осуществляется в рамках общества, выработавшего свои этические принципы и нормы. Деловая этика предпринимателя складывается на основе взаимодействия чисто предпринимательской морали – принцип максимизации прибыли – с моралью общества;
- этика поведения определенной профессиональной группы, то есть нормы группового поведения – профессиональные, «цеховые», определяемые корпоративной культурой;
- требования и «правила игры», задаваемые конкретной ситуацией.

Понятие и принципы универсальной этики

- **Универсальная этика** - это нормы, правила, принципы, обязательные для всех людей, независимо от их социальных функций или профессиональной принадлежности.
 - • беспокойство за благополучие других;
 - • уважение права других быть самостоятельными;
 - • надежность и честность;
 - • добровольное подчинение закону (за исключением гражданского неподчинения);
 - • справедливость;
 - • отказ от несправедливого преимущества над другими;
 - • благотворительность, возможность приносить пользу;
 - • предупреждение вредных последствий

Принципы деловой этики

- беспристрастность, объективность;
- прямота, полное разоблачение;
- конфиденциальность;
- должное старание / обязанность заботы;
- точное исполнение профессиональных обязанностей;
- избегание потенциальных или явных конфликтов.

Принципы деловой этики

1. *Честность и порядочность в деловых отношениях*
2. *Свобода*
3. *Терпимость к слабостям и недостаткам партнеров, клиентов, подчиненных*
4. *Тактичность*
5. *Деликатность*
6. *Справедливость*

Формула успеха западных предпринимателей

- Преуспевание = Профессионализм + Порядочность
- «Прибыль превыше всего, но честь превыше прибыли»
- «Заботиться о своих клиентах, и рынок позаботится о тебе»

Основные этические принципы организации

- «золотое правило менеджера» – в рамках служебного положения никогда не допускать по отношению к своим подчиненным, к руководству, к клиентам и др. таких поступков, каких бы не желали видеть по отношению к себе;
- авансирование доверием (в коллективе создаются благоприятные условия для принятия решений и их выполнения, когда каждому человеку оказывается максимальное доверие – его потенциалу, квалификации, чувству ответственности);
- право на свободу служебного поведения, поступков, действий менеджера или рядового сотрудника организации не только в рамках законодательства, но и в пределах, не нарушающих свободу других менеджеров или рядовых сотрудников (свобода, не ограничивающая свободу других);

Тема 2. Этические основы деятельности организации

1. Понятие социальной и юридической ответственности
2. Формирование имиджа предприятия
3. Управленческая этика : этика взаимодействия руководителя и подчиненного
4. Этические проблемы организации
5. Понятие и элементы организационной культуры

Различия социальной и юридической ответственности

- **Юридическая ответственность** - следование конкретным законам и нормам государственного регулирования, определяющим, что может, а чего не должна делать организация.
- Организация, которая исключает дискриминацию при найме на работу, соблюдает безопасность продукции необязательно (не всегда) будет социально ответственной.
- **Социальная ответственность** – определенный уровень добровольного отклика предприятия на социальные проблемы (неэтичная реклама, игнорирование общественного мнения в целом).

Социальная ответственность: аргументы «за»

- благоприятные для бизнеса долгосрочные перспективы; в более благополучном обществе больше возможностей для реализации бизнеса; если краткосрочные издержки социальной направленности высоки, то в долгосрочной перспективе они могут стимулировать прибыль исходя из привлекательного образа предприятия;
- изменение потребностей и ожиданий широкой публики; социальные ожидания изменились с 60-х гг., поэтому они становятся и ожидаемыми, и необходимыми;
- наличие ресурсов для оказания помощи в решении социальных проблем; поскольку у предприятий имеются ресурсы в наличии, то ими необходимо поделиться с обществом;
- морально обязательство вести себя социально ответственно; поскольку предприятие является членом общества, то нормы морали должны управлять его поведением; предприятие должно способствовать укреплению моральных устоев в обществе.

Социальная ответственность: аргументы «против»

- нарушение принципа максимизации прибыли: направление части ресурсов и прибыли на социальные нужды не отражает главной цели предприятия;
- расходы на социальную ответственность: социальные мероприятия связаны с определенными издержками, которые отражаются на потребителе в качестве повышения цен, кроме того, предприятия, участвующие в конкурентной борьбе на международных рынках, оказываются в неблагоприятном положении по сравнению с организациями, которые не несут социальной ответственности;
- недостаточный уровень отчетности широкой публике: пока общество не разработает порядок отчетности предприятий, последние не будут участвовать в социальных действиях в интересах общества;
- недостаток умения решать социальные проблемы: менеджеры предприятий обучены главным образом решению экономических проблем нежели социальных; соответствующему обучению должны способствовать специалисты общественных организаций.

Основные причины неэтичного поведения руководителей

- конкурентная борьба;
- стремление увеличить прибыль в квартальных отчетах;
- снижение значение этики в обществе в целом;
- нажим со стороны организации на рядовых работников с целью нахождения компромисса между собственными ценностями и ценностями управляющих.

Причины неправильного поведения менеджеров

- 1) уверенность в том, что данная деятельность не выходит за рамки этических и юридических норм, т. е. что она на самом деле не является нелегальной или аморальной;
- 2) уверенность в том, что данная деятельность отвечает интересам индивида или организации и что от индивида ожидают именно подобных действий;
- 3) уверенность в том, что данная деятельность «безопасна», так как никогда не будет обнаружена и обнародована;
- 4) уверенность в том, что поскольку данная деятельность помогает компании, то компания отнесется снисходительно и даже защитит человека, который ею занимается.

Этические обязательства предприятия

- владельцы;
- сотрудники;
- покупатели;
- поставщики;
- общество в целом.

Иерархия ответственности предприятия

- филантропическая ответственность;
- этическая ответственность;
- юридическая ответственность;
- экономическая ответственность.

Имидж – впечатление, производимое человеком либо предприятием, организацией на окружающих

- **Зеркальный** – это имидж, свойственный представлению человека о самом себе.
- **Текущий имидж** – это имидж характерен для взгляда со стороны.
- **Желаемый** – это вариант имиджа отражает то, к чему мы стремимся.
- **Корпоративный имидж** – вариант имиджа предприятия в целом, а не каких-либо отдельных подразделений или результатов работы.
- **Множественный имидж** – этот вариант имиджа образуется при наличии ряда независимых структур вместо единой корпоративной структуры.
- **Харизматический** – это имидж, которому приписывается образ вождя, лидера.
- **Закрытый** – данный вариант имиджа интересен тем, что каждый из потребителей может вписывать в него те черты, которые сам считает наиболее убедительными.
- **Мифологический** – имидж, под которым будем понимать поведение лидера, те или иные сложившиеся в данном обществе мифы.

Имидж делового человека

- Это сформированный образ, в котором выделяют ценностные характеристики и черты, оказывающие определенное воздействие на окружающих.
- Компоненты имиджа делового человека:
 - внешний облик,
 - тактика общения,
 - деловой этикет и протокол,
 - этика делового общения

Управленческая этика - разновидность профессиональной этики

- Управленческая этика регулирует:
 - процесс воздействия руководителя на коллектив или отдельного работника по координированию совместной деятельности для достижения поставленных целей;
 - отношения между членами организации, находящимися на одном иерархическом уровне, направленные на взаимное согласование действий, между различными структурными подразделениями организации.

Нормы этического поведения руководителя

- это правила, определяющие уважительное отношение руководителя к своим подчиненным и внешнему окружению.

Нормы этического поведения руководителя

- Стремление сплотить коллектив, приобщить работников к целям организации, формировать лояльность;
- Проявлять интерес к людям, поддерживать подчиненных, о им преодолевать свои слабости и проблемы;
- Делать замечания подчиненным в вежливой форме;
- Критиковать действия и поступки работника, а не его личность;
- Относиться ко всем сотрудникам объективно;

Нормы этичного поведения руководителя

- Поощрять коллектив, даже если успех достигнут благодаря руководителю;
- Применять не только материальное, но и моральное поощрение;
- Доверять подчиненным;
- Признавать собственные ошибки в работе;
- Защищать подчиненных, быть им преданным;
- Не вмешиваться в личные дела подчиненных.

Формы распоряжения, используемые руководителем

- приказ,
- просьба,
- вопрос,
- «доброволец».

Критика

- Критика – это выявление недостатков и противоречий в работе, отрицательная ее оценка; обсуждение, разбор чего-либо с целью оценить достоинства, обнаружить и исправить недостатки.
- Виды критики
 - Конструктивная
 - Деструктивная

Виды критики

- | | |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none">■ Конструктивная<ul style="list-style-type: none">○ Цель – исправление ситуации○ Объект - работа, поступок, действие○ Время – приглашение сотрудника, совершившего ошибку для совместного обсуждения, например, на следующий день○ Способ «плюс-минус-плюс» - закон бутерброда | <ul style="list-style-type: none">■ Деструктивная<ul style="list-style-type: none">○ Цель – уничтожение критикуемого○ Объект - человек○ Время – сразу же, «по горячим следам», откладывается на неопределенный срок;○ Способ – только минусы и негатив |
|---|---|

Этические обязанности руководителя

- Руководитель – образец нравственного поведения
- Ответственность за подчиненных и организацию в целом
- Ответственность за слаженную работу подчиненных
- Ответственность за создание обстановки, способствующей развитию личности и творчеству
- Информирование подчиненных

Условия формирования высокой нравственной культуры современного руководителя

- Нравственные качества, необходимые лидеру;
- Постоянное профессиональное образование и повышение квалификации кадров по вопросам этики;
- Самообразование и самовоспитание, развитие у себя высоких нравственных качеств;
- «прозрачность» и открытость руководителя во всех вопросах;
- Наличие четких критериев нравственной оценки и практическое их использование в процессе управления.

Хороший подчиненный

- Стремится к решению поставленных задач
- Исполняет приказы руководителя (без раболепства)
- Верен своему руководителю и целям организации
- Использует свой опыт, знания и умения для решения задач, не стремится занять место других
- Способен трезво оценить ситуацию и готов к конструктивной критике
- Уходит из организации, когда понимает, что не может больше поддерживать цели и ценности организации, а также своего руководителя.

Подчиненный должен

- Стараться помогать руководителю в создании в коллективе благоприятного морально-психологического климата;
- Не пытаться навязывать руководителю свою точку зрения;
- Тактично высказывать свои предложения и замечания;
- Предлагать руководителю свое решение сложных проблем;
- На разговаривать с руководителем категорично;
- Проявлять преданность, быть надежным;
- Не обращаться к вышестоящему руководству, минуя своего руководителя.

Этические проблемы в организации

- взяточничество,
- принуждение,
- обман (введение в заблуждение),
- воровство
- несправедливая дискриминация

Взяточничество

- Взятку используют для манипулирования людьми посредством приобретения влияния.
- *Взяточничество* определяют как «предложение, дачу, получение или вымогательство чего-то ценного с оказания влияния на действия лиц, выполняющих должностные государственные или юридические обязанности».
 - При этом ценностью может быть прямая выплата в денежном или натуральном выражении.
 - Взятки порождают конфликт интересов взяткополучателя и организации, в которой он служит.

Принуждение

- Это управление людьми и компаниями посредством силы или угрозы.
- Это понятие определяют как «принуждение силой, оружием или угрозой...»
- Принуждение может быть физическим, или реальным,
 - – в тех случаях физическую силу применяют, чтобы вынудить человека совершить какие-то действия против его воли,
 - либо *имплицитным*, или *легальным*, – например, когда одну сторону средством ее подчинения другой стороне, заставляют сделать то, что она по своей доброй воле отказалась бы делать»
 - Силой зачастую является угроза применения административных мер в отношении более слабой стороны, например угроза отказа в продвижении по службе, увольнению или очернения лица, работающего в определенной сфере.

Воровство

- Это присвоение человеком того, что ему не принадлежит на правах собственности.
- Акт кражи; присвоение собственности без согласия ее владельца.
- Понятие «воровство» охватывает широкий круг нарушений этики.
- Собственность может быть материальной или интеллектуальной. К воровству относятся и такие сделки, при которых какое-либо лицо использует информацию, полученную благодаря своему привилегированному положению, как собственность.
- Воровством следует считать и подделку продуктов, и манипулирование ценами, и использование информации, являющейся собственностью какой-либо компании, в интересах другой фирмы. Такую информацию можно получить через несанкционированный доступ к компьютерам и программам компании, владеющей информацией на правах собственности.

Несправедливая дискриминация

- Это необъективное отношение к людям из-за их расовой принадлежности, возраста, пола, национальности или вероисповедания либо отказ людям в предоставляемых другим привилегиях по указанным причинам...
- Это неспособность относиться ко всем людям одинаково в случаях, когда между теми, кому благоприятствуют, и теми, кому отказывают в благожелательном отношении, нельзя найти обоснованного различия».
- Это несправедливая дискриминация, которая отличается от дискриминации, обоснованной рациональными критериями, совершенно приемлемыми для большинства. Людей принимают на работу на основании их квалификации и платят им заработную плату в соответствии с тем вкладом, который они вносят в деятельность организации.
- Несправедливая дискриминация имеет место в тех случаях, когда человеку отказывают в работе, продвижении по службе или в иных благах из-за его расовой принадлежности, пола или вероисповедания. Эти критерии не имеют отношения к принятию решений, касающихся найма, продвижения по службе или распределения благ.

Этические проблемы в организации

- «стукачество» («сигнализаторство»),
- дискриминация женщин - «стеклянный потолок»
- «использование служебного положения»
- «ты – мне, я – тебе»

- Три культурные традиции, лежащие в основе современных деловых операций в неевропейских странах:
 - «замкнутый круг» (круговая порука),
 - система взаимных услуг,
 - обмен подарками.



Организационная культура - это

- набор допущений, убеждений, ценностей и норм, которые разделяются всеми членами организации;
- сложная композиция важных предположений (часто не поддающихся формулированию), *бездоказательно* принимаемых и разделяемых членами группы или организации;
- принимаемые большей частью организации философия и идеология управления, *предположения, ценностные ориентации, верования, ожидания, расположения и нормы*, лежащие в основе взаимодействия как внутри организации, так и за ее пределами.



Свойства организационной культуры

- важный элемент условий труда
- имеет абстрактный характер
- динамическое системное понятие



Определение организационной культуры

- фундаментальное предположение относительно организационных ценностей, норм, языка, символов, ритуалов и мифов, которые придают смысл членству в организации, и они вместе принимаются группой как руководство к ожидаемому поведению
- набор наиболее важных предположений, принимаемых членами организации и получающих выражение в заявляемых ценностях, задающих людям ориентиры их поведения и действий.
- (то, как мы поступаем; система отдельных убеждений, ценностей и предположений, которые есть у каждого; как мы общаемся; чего мы ожидаем от людей и от общения с ними).



Организационные субкультуры

- это локальные подсистемы ценностей и предположений, которые формируют общие интересы небольших групп людей в пределах организации.
- Потенциальные воздействия субкультур:
 - могут служить для расширения доминирующей культуры;
 - могут быть независимы от доминирующей культуры;
 - могут функционировать как противоположная культура;



Элементы организационной культуры

1. **Предположения** определяют видение окружающей среды (группы, организация, общество, мир) и регулирующих ее переменных (природа, пространство, время, работа, отношения);
2. **Ценности** (ценностные ориентации) определяют то, что «допустимо» и «недопустимо»: например, «клиент всегда прав» или, наоборот.
3. **Символика** – атрибут, посредством которого ценностные ориентации передаются членам организации: специальные документы или «ходячие» истории, легенды и мифы



Факторы, определяющие организационную культуру

- Отношение к сотрудникам (подчеркивание значимости людей), информационная политика, пропаганда своих ценностей, фирменной философии;
- Отношения с клиентами и конкурентами;
- Работа на конкретных местах, наличие системы карьеры, критерии продвижения;
- Наличие устойчивых заповедей, норм поведения;



Факторы, влияющие на ОК

- Организационный кризис,
- Смена руководства,
- Стадии жизненного цикла,
- Возраст организации,
- Размер организации,
- Уровень культуры,
- Наличие субкультур



Виды ОК

- Доминирующая культура выражает основные (центральные) ценности, которые принимаются большинством членов организации (макроподход к ОК).
- Субкультуры получают развитие в крупных организациях и отражают общие проблемы, ситуации, с которыми сталкиваются работники, или опыт их разрешения. Они развиваются географически, вертикально или горизонтально.



Уровни развития ОК

- **Сильная культура** характеризуется главными ценностями организации, которые интенсивно поддерживаются, четко определены и широко распространяются. Чем больше членов организации, которые разделяют эти главные ценности, признают степень их важности и привержены им, тем организационная культура сильнее.
- **Слабая культура** – ценности не разделяются и не поддерживаются, имеет место ротация понятий среди членов организации, нет опыта формирования и поддержки общих ценностей.



Особенности формирования ОК

- ОК – совокупность допущений и предпочтений тех, кто ее создал,
- Опыт, привнесенный последователями.
 - Подбор работников,
 - Действия топ- менеджмента,
 - Социализация – процесс адаптации новых членов организации, процесс восприятия ее культуры.



Способы передачи ОК

- Информация, информационная политика,
- Традиции,
- Символы (дизайн и планировка территории и зданий, мебели, стиль руководства, одежда),
- Язык.



Подходы к содержанию организационной культуры: трехуровневая модель Эдварда Шайна



Подходы к содержанию организационной культуры: трехуровневая модель Эдварда Шайна



1. **«поверхностный» или «символический уровень»** отражает видимые внешние факты: технология и архитектура, использование пространства и времени, наблюдаемое поведение, все то, что мы можем воспринять через 5 чувств;
2. **«подповерхностный» уровень:** ценности и верования, разделяемые членами организации;
3. **«глубинный» уровень** включает базовые предположения, которые трудно осознать даже самим членам организации без специального сосредоточения на этом вопросе



Управление организационной культурой

- анализ культуры,
- разработка специальных предложений и мер.

Управляющие воздействия по созданию культуры



1. Создание письменной истории, заказ фирменных значков в рекламном агентстве (атрибуты);
2. Цель – формирование общего видения, миссии организации, ее целей, путей стратегического развития (корпоративные мероприятия: праздники, спортивные состязания, выезды за город, тренинги и др.);
3. Замена носителей национальной культуры – замена управленческой команды



Результаты управления организационной культурой

1. **Финансовые показатели:** рост прибыли;
2. **Производственные показатели:**
 - Рост продуктивности,
 - Инновации продуктов,
 - Адекватная адаптация к окружающей среде;
3. **Психологические показатели:**
 - Лояльность персонала,
 - Высокая степень удовлетворенности работой,
 - Высокая самооценка персонала,
 - Отсутствие напряженности между управленцами разных уровней иерархии,
 - Отсутствие симптомов стресса у работников.

Подходы к содержанию организационной культуры: Ф. Харрис, Р. Моран



1. Осознание себя и своего места в организации (сдержанность – проявление эмоций; индивидуализм – сотрудничество);
2. Коммуникационная система и язык общения (жаргон, аббревиатуры, жесты, информационная политика);
3. Внешний вид, одежда и представление себя на работе (униформа, спецодежда, деловой стиль, опрятность, косметика, прическа и др.);
4. Что и как едят люди, привычки и традиции в этой области (организация питания, дотация на питание, периодичность, продолжительность, вместе или отдельно);
5. Осознание времени, отношение к нему и его использование (точность и относительность, соблюдение временного распорядка, поощрение за это);
6. Взаимоотношения между людьми: по возрасту, полу, мудрости, интеллекту, опыту, знаниям, рангу и протоколу, религии и гражданству, формализация отношений, пути разрешения конфликтов

Подходы к содержанию организационной культуры: Ф. Харрис, Р. Моран



7. Ценности: ориентиры (что хорошо и что плохо) и нормы (предположения и ожидания в отношении определенного поведения);
8. Вера во что-то и отношение или расположение к чему-то (в руководство, успех, в справедливость; отношение к коллегам, к клиентам, конкурентам, злу, насилию, агрессии; влияние религии и морали);
9. Процесс развития работника и научение: бездумное или осознанное выполнение работы, ориентация на интеллект или силу, отказ от логики, подходы к объяснению причин;
10. Трудовая этика и мотивирование: отношение к работе и ответственность, чистота рабочего места, привычки по работе, оценка работы и вознаграждения, индивидуальная или групповая работа, продвижение.



Тема 3.

Деловые коммуникации

1. Понятие и виды коммуникаций
2. Функции коммуникаций
3. Особенности межличностных коммуникаций и коммуникаций в организации
4. Понятие и виды общения



Использование термина «коммуникация»

- Инженерные коммуникации
- Транспортные коммуникации
- Информационные коммуникации
- В общем понимании
 - Коммуникация – это процесс (общение людей: обмен идеями, мыслями, намерениями, чувствами, информацией)
 - Коммуникация – это объект (совокупность технических средств, обеспечивающих процессы передачи информации)




Значения термина «коммуникация»

- 1) средства связи любых объектов материального и духовного мира;
- 2) общение, передача информации от человека к человеку (межличностная коммуникация);
- 3) общение и обмен информацией в обществе (социальная коммуникация).



Подходы к изучению коммуникаций

- Коммуникации внутри организации
- Продвижение товара в системе маркетинга
- Любой обмен информацией между сложными динамическими системами и их частями, которые в состоянии понимать информацию, накапливать ее и преобразовывать.



Подходы к определению понятия «коммуникации»

- 1) управленческий (коммуникация как функция управления, как передача распоряжений и объяснение совершаемых процедур и операций);
- 2) функциональный (коммуникация как система взаимодействующих элементов, обеспечивающих функционирование организации);
- 3) культурологический (коммуникация как способ выражения организационной культуры);
- 4) гуманистический (коммуникация как фактор развития человеческого потенциала);
- 5) маркетинговый (коммуникация как процесс установления связи с потребителями и создания благоприятных условий для стабильной прибыльной деятельности на рынке).




Коммуникации в организации

- Хорошо налаженные коммуникации содействуют обеспечению организационной эффективности.
- Если организация эффективна в области коммуникации, она эффективна и во всех других видах деятельности.
- Коммуникации должны быть таковы, чтобы руководство компании, фирмы имело объективную информацию в нужное время и в удобной форме для принятия решений.
- Коммуникация играет важную роль в развитии организации как целостного организма
- С помощью коммуникации реализуются цели компании, проводятся новые идеи, мотивация, осуществляется контроль за поведением членов группы.
- Коммуникации необходимы для утверждения авторитета и воли руководителя.



Определение коммуникации

- Петросян А. Э.: **коммуникация** – передача сообщения от источника к получателю с целью воздействия на его поведение.
- Мескон М., Шеметов П. В.: **коммуникация** – это обмен информацией и смыслом между двумя или более людьми.
- Коммуникация – это обмен идеями, мнениями и информацией в устном и письменном виде посредством символов или действий
- Коммуникации - это устойчивая связь между участниками управленческого процесса, представляющая собой взаимозависимость этапов работы с информацией.
- Коммуникации – это способность делать сообщения, передавать информацию ясно и последовательно, в устной и письменной формах.



Определение коммуникации маркетинговый аспект

- Голубкова Е.Н.: маркетинговые коммуникации – это «все коммуникации с использованием всех элементов комплекса маркетинга»
- Волков К.М.: «маркетинговые коммуникации – это двухсторонний процесс обмена информацией (сообщениями) между персоналом, партнерами, обществом»



Определение коммуникации

маркетинговый аспект
комплексный подход (90-е гг. 20 в.)

- **Интегрированные маркетинговые коммуникации** - это новый способ анализа целого там, где раньше мы видели только отдельные разрозненные составляющие – такие, как реклама, паблик рилейшнз, стимулирование продаж, закупки, коммуникации с работниками и т.д.
- Такой подход позволяет скоординировать все виды коммуникаций, чтобы взглянуть на них глазами потребителя – как на поток информации из не дифференцируемых источников в настоящее время
- **Интегрированные коммуникации** – это совокупность всех взаимодействий какого-либо субъекта с целевой аудиторией (общественностью, группами, важными для компании), при котором каждая из коммуникаций должна быть интегрирована с другими и подкреплена механизмами, способствующими достижению максимальной эффективности



Цели коммуникации

- Добиться от предпринимающей стороны точного понимания отправленного сообщения
- Организовывать информационный обмен между субъектом и объектом управления.
- Наладить процесс эмоционального и интеллектуального обмена управленческой информацией.
- Установить взаимосвязь между людьми в организации.
- Сформулировать общие взгляды на внутреннюю среду организации.
- Организовать совместную работу коллективов с целью выполнения задач организации.



Функции коммуникаций 1 подход

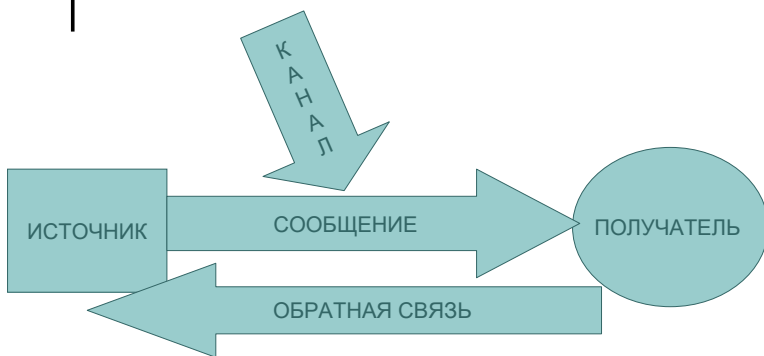
- **Информативная:** передача истинных или ложных сведений;
- **Интерактивная/побудительная:** организация взаимодействия между людьми (согласованность действий, распределение функций, влияние на настроение, убеждения, поведение собеседника через внушение, приказ, просьбу, убеждение);
- **Перцептивная:** восприятие друг друга партнерами в ходе общения и установление на этой основе взаимопонимания;
- **Экспрессивная:** возбуждение или изменение характера эмоциональных переживаний.



Функции коммуникаций 2 подход

- **Информационная:** обмен сообщениями, мыслями, замыслами, решениями;
- **Социальная:** формирование и развитие культурных навыков взаимоотношения людей; формирование мнений, мировоззрений, реакции на события;
- **Экспрессивная:** стремление партнеров выразить и понять эмоциональные переживаний друг друга;
- **Прагматическая:** регламентирование поведения и деятельности человека, координация совместных действий;
- **Интерпретативная:** понимание своего партнера по коммуникации, его намерений, установок, переживаний, состояний.

● ● ● | Простая модель коммуникации



● ● ● | Простая модель коммуникации

- **Источник** – генератор сообщения (сигнала)
- **Канал** – средство фактической передачи сообщения от источника к получателю
- **Сообщение** – передаваемая информация, содержащая возможности изменения положения дел
- **Получатель** – «мишень сообщения», сосредоточение информационного воздействия



Коммуникация

- Как действие
- Как взаимодействие
- Как процесс



Коммуникации в менеджменте

- Актуальность коммуникаций в работе менеджера:
 - 80 % рабочего времени менеджеров всех уровней расходуется на те или иные виды общения
- Организационные или связующие процессы в менеджменте:
 - Решения
 - Конфликты
 - **Коммуникации**



Значение коммуникации в организации

- Коммуникация — основное условие существования и развития организации.
- Коммуникация осуществляет взаимодействие с внешней средой, определяя уровень и качество принятия управленческих решений.
- Коммуникации характеризуют состояния внутренней среды организации путем обеспечения функционирования и взаимодействия людей, структуры, целей, технологии и задач организации.
- Коммуникация создает неформальную структуру в процессе функционирования организации и способствует сближению с ней формальной структуры.



Классификация коммуникаций (Мескон М.)

1. **Коммуникации организации с внешней средой**: информация взаимодействия с внешней средой (потребителями, поставщиками, надзор за качеством, органы государственного регулирования, комитеты, политические группы и др.).
 - Цель
 - Иметь информацию
 - Налаживать контакты
 - Создавать и поддерживать имидж
2. **Коммуникации внутри организации**
 - Цель
 - Обеспечение поддержки целей и политики организации среди сотрудников
 - Получение знаний (информации) и мотивации сотрудников (формирование лояльности, организационной приверженности, поощрение инициативы, новаторства и предприимчивости)

Коммуникации внутри организации

1. межуровневые коммуникации (вертикальные):

- коммуникации «руководитель – подчиненный»
- коммуникации «руководитель – рабочая группа»
- Направления осуществления
 - по восходящей (снизу вверх);
 - по нисходящей (сверху вниз);

2. горизонтальные коммуникации

- коммуникации между различными отделами (подразделениями)

3. неформальные коммуникации (слухи)

Коммуникационный процесс

- это обмен информацией между двумя или более людьми, цель которого заключается в обеспечении понимания информации, являющейся предметом обмена, т.е. сообщения.
- цель коммуникационного процесса – обеспечение понимания информации, являющейся предметом обмена.



Базовые элементы коммуникационного процесса

1. **отправитель**- лицо, генерирующее идеи или сообщающее информацию и передающее ее;
2. **сообщение** – собственно информация, закодированная с помощью символов;
3. **канал** – средство передачи информации;
4. **получатель** – лицо, которому предназначена информация.



Этапы коммуникационного процесса

- **Зарождение идеи** – осознание той информации, которую необходимо передать;
- **Кодирование и выбор канала** – использование слов, жестов, интонации; речь, письменные материалы, электронная почта, видео; видеоконференции.
- **Передача** – физическая передача информации;
- **Декодирование** - перевод символов отправителя в мысли получателя.



Обратная связь

- это реакция на то, что было увидено, услышано, прочитано и т.д.; информация отсылается назад отправителю для того, чтобы оценить, как было понято сообщение;
- обратная связь может способствовать повышению эффективности обмена управленческой информацией.



Молчание как форма обратной связи

- Вас не поняли, информация не воспринята;
- Вы нарушили должностную иерархию;
- Вы чем-то обидели коммуникатора;
- Проявление невоспитанности получателя;
- Знак согласия.



Барьеры коммуникационного процесса: помехи и шум

- Теория информации: шум – это то, что искажает смысл;
- Виханский О. С., Наумов А. И.: шум – это любое вмешательство в процесс коммуникации на любом из его участков, искажающее смысл послания.



Источники и примеры шума

Источники

- Средства коммуникационного процесса;
- Организационные составляющие (многоуровневость, масштаб управляемости, централизация, дифференциация и др.)

Примеры

- Звуковые ошибки при произношении;
- Наличие более сильного параллельного сигнала;
- Языковые ошибки;
- Искажения в линиях связи;
- Добавления к посланию на различных уровнях и т.д.




Особенности межличностных коммуникаций (барьеры)

- восприятие;
- семантика;
- обмен невербальной информацией;
- некачественная обратная связь;
- плохое слушание.




Особенности невербальных коммуникаций

- Экстра- и паралингвистика: интонация, модуляция высоты голоса, темп и ритм речи, тональность, тембр голоса, дикция;
- Кинесика – это зрительно воспринимаемые движения другого человека: мимика, взгляд, позы, жесты (коммуникативные, модальные, описательные), поклоны, походка, осанка;
- Такесика – это динамичные прикосновения в форме рукопожатия, похлопывания, отталкивания, поцелуя, дотрагивания, поглаживания, дружеского объятия;
- Проксемика – это расположение людей в пространстве при общении и дистанция между ними
 - Интимная зона (15-45 см);
 - Личная или персональная зона (45 – 120 см),
 - Социальная зона (120 – 400 см);
 - Публичная зона (свыше 400 см).



Рекомендации по совершенствованию межличностных коммуникаций

- Поясняйте идеи перед началом их передачи;
- Воспринимайте потенциальных семантических барьеров (избегать двусмысленности поручений и заданий);
- Следите за позами, жестами и интонациями;
- Излучайте эмпатию и открытость: эмпатия – это внимание к чувствам других людей, готовность «влезть в их шкуру»: каковы потребности человека, к которому я собираюсь обратиться, к какому он сегодня настроению и т.д.);
- Добивайтесь установления обратной связи: задавайте вопросы, даже можно записать кое-что для установления ясности.
- Попросите собеседника пересказать ваши мысли



Хорошо слушать и хорошо отвечать — это одно из величайших совершенств, какое только возможно в разговоре.
Ларошфуко (1665 г.)

Правила эффективного слушания

- прежде всего перестаньте говорить;
- помогите говорящему раскрепоститься;
- покажите, что вы готовы слушать;
- устраните раздражающие моменты;
- сопереживайте говорящему;
- будьте терпеливы;
- сдерживайте свой характер;
- не допускайте споров и критики;
- задавайте вопросы;
- и еще раз: перестаньте говорить.



Хорошо слушать и хорошо отвечать — это одно из величайших совершенств, какое только возможно в разговоре.

Ларошфуко (1665 г.)


Правила эффективного слушания

- прежде всего перестаньте говорить;
- помогите говорящему раскрепоститься;
- покажите, что вы готовы слушать;
- устраните раздражающие моменты;
- сопереживайте говорящему;
- будьте терпеливы;
- сдерживайте свой характер;
- не допускайте споров и критики;
- задавайте вопросы;
- и еще раз: перестаньте говорить.




Особенности организационных коммуникаций

- искажение сообщений
 - непреднамеренно, в результате затруднений в межличностных коммуникациях;
 - сознательно, когда какой-либо управляющий не согласен с сообщением и модифицирует его таким образом, чтобы искажение смысла происходило в его интересах;
 - в результате фильтрации;
 - из-за статусных различий;
 - из-за страха пред наказанием или ощущения бессмысленности коммуникации.
- информационные перегрузки;
- неудовлетворительная структура организации;
- некомпетентность персонала (коммуникативная, профессиональная, методологическая)
- неэффективный способ организации работ и распределения задач.
- конфликты между различными подразделениями и людьми в организации.



Практика управления. Причины низкого качества коммуникаций в организации

- Отсутствие информации от топ-менеджеров о долгосрочных целях организации, годовой перспективе, и связанных с ней задачах подразделений.
- Недостаток совещаний на уровне топ-менеджеров, линейных руководителей, специалистов. Или низкое качество проведения совещаний, когда размыты задачи, состав участников, затягивается время совещания или по его окончании не принимаются решения.
- Недостаток коммуникационных каналов в организации для трансляции информации сверху вниз и движения информации от сотрудников. Это особенно важно при численности предприятия от 250 человек и выше; быстром росте организации; в случаях реорганизации или слияния.
- Недостаток коммуникативной компетентности руководителей - умения встраивать отношения как по «вертикали» так и по «горизонтали», решать конфликтные ситуации, вести переговоры.
- Отсутствие поддержки инициатив сотрудников.



Совершенствование организационных коммуникаций

- регулирование информационных потоков;
- управленческие действия;
- системы обратной связи;
- системы сбора предложений;
- информационные бюллетени;
- современные информационные технологии.



Практика управления. Улучшение коммуникаций в организации

- мониторинг состояния качества коммуникаций в организации (выявление «узких мест», опросы, анкетирование, экспресс-анализ проблемного поля);
- разработка мероприятий: организационные мероприятия; развитие коммуникативных навыков ключевых лиц организации;
- постоянный мониторинг состояния каналов коммуникации и средств трансляции информации, их оптимизация и доработка



Очень важно правильно построить систему обратной связи, для чего решить следующие задачи

- Разработать комплекс правил, чтобы сотрудники знали, о чем информированы руководители.
- Определить и настроить каналы, по которым пойдет информация.
- Создать фильтр, с помощью которого отсеиваются ненужные сведения. Этим может заниматься либо обученный специалист, либо отдельная служба, которые предварительно проверяют и обрабатывают информацию, после чего она поступает адресату – руководителю или в соответствующие подразделения.
- Разработать правила наказания нарушителей и довести их до каждого сотрудника, чтобы система была прозрачной.

Что такое общение?

- Взаимодействие двух и более людей, состоящее в обмене информацией познавательного или аффективно-оценочного характера;
- Многоплановый процесс установления и развития контактов между людьми, порождаемый потребностями в совместной деятельности;

Виды общения

1. «Контакт масок»
2. *Примитивное общение*
3. Формально-ролевое общение
4. Деловое общение
5. Духовное межличностное общение
6. *Манипулятивное общение*
7. Светское общение



Процесс общения

1. Потребность в общении
2. Ориентация в целях общения и в ситуации общения
3. Определение личности собеседника
4. Планирование (чаще бессознательное) темы, стиля общения
5. Реализация общения
6. Восприятие и оценка ответной реакции собеседника
7. Коррекция направления, стиля общения



Элементы процесса общения

- **Когнитивно-информационный**: прием и передача информации посредством вербальных и знаковых средств;
- **Аффективно-эмпатийный**: обмен информацией на эмоциональном уровне, регуляция эмоциональных состояний;
- **Регуляционно-поведенческий**: общение с позиции особенностей поведения субъектов;
- **Социально-перцептивный**: восприятие и познание субъектами друг друга в процессе общения

Тема 4. Этика делового общения

1. Понятие делового общения
2. Виды и жанры делового общения
3. Речевая культура и речевой этикет
4. Коммуникативная компетентность менеджера

Основной принцип делового общения

- Категорический императив И.Канта: «Поступай так, чтобы максима твоей воли всегда могла иметь также и силу принципа всеобщего законодательства.»
- Применительно к деловому общению основной этический принцип можно сформулировать следующим образом: в деловом общении при принятии решения о том, какие ценности следует предпочесть в данной ситуации, поступай так, чтобы максима твоей воли была совместима с нравственными ценностями других сторон, участвующих в общении, и допускала координацию интересов всех сторон

Деловое общение ≠ Общение

- **Деловые коммуникации** - процесс взаимодействия деловых партнеров, направленный на организацию и оптимизацию того или иного вида предметной деятельности: производственной, научной, педагогической и др.
- **Деловое общение** - это коммуникативная предметно-целевая и по профессиональная деятельность в сфере социально-правовых и экономических отношений.
- **Деловое общение** - это процесс взаимосвязи и взаимодействия, в котором происходит деятельностью, информацией и опытом.

Деловая коммуникация предполагает реализацию следующих условий:

- обязательность контактов всех участников общения независимо от симпатий и антипатий;
- предметно-целевое содержание коммуникации;
- соблюдение формально-ролевых принципов взаимодействия с учетом должностных ролей, прав и функциональных обязанностей, придерживаясь при этом субординации и делового этикета;
- взаимозависимость всех участников деловой коммуникации и в достижении конечного результата, и при реализации личных намерений;
- коммуникативный контроль участников взаимодействия, в том числе высокий (игра, манипулирование, камуфляж);
- формальные ограничения;

Формальные ограничения деловых коммуникаций

- **конвенциональные ограничения**, то есть соблюдение правовых, социальных норм, следование регламентации (например, действия по инструкциям, протокол, соблюдение правил внутреннего распорядка, следование традициям предприятия и пр.);
- **ситуативные**, то есть с учетом ситуации делового общения (например, деловая беседа, совещание, презентация, переговоры и пр.) взаимодействовать целенаправленно, в заданном регламенте, используя адекватные коммуникативные средства, создавая соответствующую пространственную среду и достигая прагматического ожидаемого результата;
- **эмоциональные**, то есть независимо от степени напряженности деловой атмосферы проявлять стрессоустойчивость – управлять собой, демонстрировать эмоциональную культуру;
- **насильственные**, то есть допустимо прерывание контакта любой из сторон в тех случаях, когда содержание информации перестает носить предметный характер, или когда исчерпано отведенное для коммуникации время, а также когда реакции партнера неадекватны ожиданиям и нормам (например, агрессивное поведение)

Классификация деловых коммуникаций

● Прямые

- беседы,
- совещания,
- собрания,
- деловые встречи,
- конференции

● Косвенные

- письма,
- телефонные разговоры,
- деловые записки и т.д.

Виды делового общения

- Межличностное – общение в малой социальной группе;
- Представительское – общение на уровне правовых субъектов;
- Групповое – общение с аудиторией или командное общение;
- Общение культур – общение носителей различных систем и ценностей, национальных характеров.

Межличностное общение

- Может быть дружеским, официальным, ролевым в зависимости от выполнения своей роли (институциональное общение);
 - Руководитель-подчиненный; клиент-заказчик; посетитель- офис-менеджер;
 - беседа, инструктаж, собеседование, обмен мнениями.

Представительское общение

- Социально-статусные характеристики адресата;
- Партнеры – представители определенных социальных групп, организаций, обществ;
- Основная цель – достижение согласия по обсуждаемой проблеме;
- Деловые переговоры, консультации, собеседования.

Групповое общение

- Общение между группами людей, командами;
- публичная коммуникация: адресат известен, находится в поле зрения говорящего (выступление, лекция, доклад и т.д.)
- массовая коммуникация: адресат – не в поле зрения автора текста; воздействие на широкую, неоднородную, анонимную аудиторию; общение является опосредованным, имеет однонаправленный характер.
 - газета, журнал, радио, телетрансляция, компьютерная связи и др.
 - Формы диалогизированного общения: формы, чаты, прямой эфир и др.

В зависимости от различных признаков деловое общение делится на:

- Устное/письменное (с точки зрения формы речи);
- Диалогическое/монологическое (с точки зрения однонаправленности/двунаправленности речи между говорящим и слушающим);
- Межличностное/публичное (с точки зрения количества участников);
- Непосредственное/опосредованное (с точки зрения отсутствия/наличия опосредующего аппарата);
- Контактное/дистанционное (с точки зрения положения коммуникантов в пространстве).

Жанровые разновидности письменного и устного общения

- Письменная деловая речь
 - Диалогические отношения
 - Все виды деловых писем, документов, фиксирующих социально-правовые отношения – договоры (контракты), соглашения, все типы сопутствующих документов.
- Устная деловая речь
 - Диалогические отношения
 - Деловые переговоры, встречи, консультации
 - Совещания, собрания реализуются в двух формах – устной и письменной.

Дистантное, опосредованное общение

- Телефонные разговор, почтовое/факсовое отправление, Интернет-общение и т.д.
- Повышенное внимание к интонационному рисунку речи (устное общение)
- Краткость, регламентированность
- Невозможность использования жестикуляции и наглядных предметов в качестве носителя информации

Понятие речевой культуры

- Речевая культура – показатель профессиональной пригодности для тех, кто по своей должности связан с людьми, организует и направляет их работу, ведет деловые переговоры, воспитывает, оказывает людям различные услуги.
- Речевая культура – это базовый компонент культуры личности, который обеспечивает ее готовность к жизненному самоопределению и является условием достижения гармонии с собой и окружающей действительностью.





Речевой этикет и этикетные формулы

- Речевой этикет – это совокупность всех этикетных речевых средств и правила их использования в тех или иных ситуациях.
- Этикетные формулы – это фразеологизированные предложения, являющиеся готовыми языковыми средствами
 - Прошу любить и жаловать! Счастливого оставаться! Не поминайте лихом!



Примеры этикетных формул

- **Приветствия**
 - Доброе утро (день, вечер)!
 - Здравствуйте!
- **Прощания**
 - До свидания! Всего доброго! Всего хорошего! До встречи! (если назначена встреча)
 - Позвольте попрощаться!
 - Счастливого пути!
- **Благодарности**
 - Спасибо! Очень признателен Вам ... Благодарю! Большое спасибо! Сердечно благодарю! Разрешите поблагодарить Вас! Очень Вам признателен!
- **Просьбы**
 - Будьте добры...
 - Будьте любезны...
 - Прошу Вас...



Примеры этикетных формул

● Извинения

- Приношу свои извинения..
- Извините, пожалуйста ..
- Прошу меня простить...
- Простите, пожалуйста..

● Предложения

- Позвольте предложить...
- Мне хотелось бы предложить...
- Я бы хотел предложить Вам...

● Приглашения

- Разрешите пригласить Вас на..
- Я приглашаю Вас на...
- От имени... приглашаю Вас на ...



Свойства, придающие энергетику речи

- Обаяние
- Артистизм
- Уверенность
- Дружелюбие
- Искренность
- Объективность
- Заинтересованность

Основы коммуникативной культуры в деловом общении



- психологически верно и ситуативно обусловленно вступать в общение;
- поддерживать общение, стимулировать активность партнера;
- психологически точно определять «точку» завершения общения;
- максимально использовать социально-психологические характеристики коммуникативной ситуации, в рамках которой разворачивается общение;
- прогнозировать реакции партнеров на собственные действия;
- психологически настраиваться на эмоциональный тон собеседника;

Основы коммуникативной культуры в деловом общении



- овладевать и удерживать инициативу в общении;
- провоцировать «желательную реакцию» партнера по общению;
- формировать и «управлять» социально-психологическим настроением партнера по общению;
- преодолевать психологические барьеры в общении;
- снимать излишнее напряжение;
- психологически и физически «соответствовать» собеседнику;
- адекватно ситуации выбирать жесты, позы, ритм своего поведения;
- мобилизовываться на достижение поставленной коммуникативной задачи.



Правила делового взаимодействия

- Владеть личностными качествами делового человека
 - Уверенность в себе, наличие личных целей и ценностей, информированность компетентность, объективность в оценке информации, проявление искреннего интереса к партнеру и его речи;
- Уважение личности партнера, стремление увидеть проблему глазами партнера, уважение аргументов партнера
- Соблюдение постулата релевантности – говорить по существу вопроса
- Корректно относиться к количеству и качеству информации, ее достоверности, быть последовательным и аргументированным;
- Соблюдать языковую нормативность речи, четко формулировать мысль, следить за невербальными сигналами
- Подчиняться установленным правилам и ограничениям (протоколу, деловому этикету, культуре общения, позволяющим формировать у собеседника приятный имидж)



Успех делового общения

Дж. Ягер

- Правила представления и знакомства;
- Правила проведения деловых контактов;
- Правила поведения на переговорах;
- Требования к внешнему облику, манерам, деловой одежде;
- Требования к речи;
- Требования к культуре составления служебных документов.

Профессионализм менеджера



- **Предметные (предметно-отраслевые компетенции)**
- **Управленческие компетенции**
- **Инновационные компетенции**

Предметные (предметно-отраслевые компетенции)



- обеспечивают ориентацию и способность квалифицированно действовать в конкретных производственных технологиях и сложившихся видах деятельности. разновидностями предметных компетенций соответствуют специальностям, существующим в отрасли.

Управленческие компетенции



- обеспечивают практические способности управлять производством, отдельными бизнес-процессами и бизнесом в целом. Они являются относительно универсальными, потому что необходимы для любых отраслей и сфер производства.

Инновационные компетенции



- обеспечивают способность заниматься совершенствованием производственных и управленческих технологий и систем. Эти компетенции в определенной степени универсальны и формируются на основе предметных и управленческих компетенций.

Метакомпетентность



- необходима для решения широкого круга задач в различных областях;
- предполагает
 - коммуникативные навыки,
 - аналитические способности,
 - готовность решения проблем

Значение коммуникативной компетентности



- Компетентность в сфере делового общения непосредственно связана с успехом практически в любом деле, но особенно это касается менеджеров, руководителей любого уровня, референтов, государственных служащих, людей, занятых в сфере управления.
- Для представителей этих профессий коммуникативная компетентность – это важная часть профессиональной подготовки.
- Коммуникация превратилась в средство организации бизнес-процессов, в важнейший инструмент управления деловыми отношениями.

Понятие коммуникативного менеджмента



- **Коммуникативный менеджмент** – это управление коммуникационными структурами и потоками, которые представляют собой поток с двусторонним движением, т.е. обратной связью.
- Наличие обратной связи – необходимое условие для нормального функционирования предприятия.

Коммуникативная компетентность – это



- В общем смысле: способность человека устанавливать и поддерживать эффективные контакты с другими людьми;
- В современной психологии: умения и навыки общения;
- Научное определение: сложное психологическое явление, состоящее из знаний, умений и навыков, обеспечивающих эффективное общение в различных ситуациях жизнедеятельности.
- Свадьбина Т.В.: способность устанавливать и поддерживать необходимые контакты с другими людьми, а именно: достигать взаимопонимания, ясного представления о ситуации и предмете общения.

Три аспекта коммуникативной компетентности менеджера



- Работа с документами
- Умение вести межличностный и социальный диалог
- Умение выступать публично

Элементы коммуникативной компетентности менеджера

Тайм- менеджмент С. И. Калинин



- Умение выбрать или подготовить подходящую ситуацию для общения;
- Умение устанавливать, поддерживать, возобновлять контакты;
- Умение обмениваться информацией;
- Навыки «генеративного общения» - владение креативными техниками порождения новых идей, умение стимулировать творческий поиск идей со стороны собеседника;

Элементы коммуникативной компетентности менеджера
Тайм- менеджмент С. И. Калинин



- Умение точно и глубоко ориентироваться в других людях (эмпатия);
- «Психотерапевтические навыки», умение оказывать эмоциональную поддержку, управлять эмоциональным состоянием собеседника;
- Навыки посредника, умение разрешать конфликты;

Элементы коммуникативной компетентности менеджера
Тайм- менеджмент С. И. Калинин



- Навыки управления групповым общением, в т.ч. принятие групповых решений;
- Умение пользоваться доступными формальными санкциями;
- Навыки личностного воздействия на людей (убеждение, внушение и др.).

По степени соблюдения формальных регламентных требований в русской традиции делового общения выделяют три уровня официальности общения:



1. Официальное, предполагающее строгое соблюдение всех требований регламента и этикетных норм общения;
 - совещания, собрания, советы директоров, коллегии и пр.
2. Полуофициальное: регламентные требования снижены, но не отменены;
 - общение в трудовом коллективе. Малой социальной группе (профессиональная направленность, предметность в сочетании с размытыми статусно-ролевыми отношениями);
3. Неофициальное, которое в виде ограничений предусматривает только основные коммуникативные запреты социального общения.
 - Неформальная обстановка, неформальные мероприятия, соблюдение этикетных требований, светское общение.
 - Персональная направленность речи;
 - Свободный выбор тем и порядок обсуждения;
 - Минимизация профессиональной направленности речи;
 - Возможность перейти в зону Ты-общения.

Характеристики коммуникативной компетентности менеджера



- Уметь формулировать цели и задачи делового общения
- Анализировать предмет общения, организовывать обсуждение
- Управлять общением, регламентировать его
- Владеть этикетными средствами для достижения коммуникативных целей
- Уметь вести беседу, собеседование, деловой разговор, спор, полемику, дискуссию, диалог, дебаты, прения, диспут, деловое совещание, переговоры
- Уметь анализировать конфликты, кризисные ситуации и разрешать их

Характеристики коммуникативной компетентности менеджера



- Уметь доказывать, обосновывать, аргументировать и делать оценки
- Уметь перефразировать, тезировать, дефинировать, резюмировать, владеть навыками номинализации, вербализации, авторизации
- Уметь переводить устную речь в письменную и наоборот
- Владеть основными жанрами деловой речи
- Владеть культурой и техникой речи и др.

Правила публичных выступлений

- Публичное выступление - это устное монологическое высказывание с целью оказания воздействия на аудиторию.
- В сфере делового общения наиболее часто используются такие жанры, как доклад, информационная, приветственная речь.

Как добиться успеха при публичном выступлении?

- ориентация на успех, позитивный настрой
- четкая конкретизация темы выступления
- подготовка к выступлению
 - сбор информации по теме, пусть ее будет больше, лишнее уйдет само собой, а оставшаяся часть обеспечит больше аргументов
 - обработка информации направлена на понимание сути предмета; отобранная информация должна раскрывать тему, содержать факты, избегайте незнакомых терминов и понятий
 - формирование личного мнения, отношения к информации, выработка собственной точки зрения, «переварить»
 - компоновка материала, выбор наиболее наглядной и доступной формы
- составление плана выступления
- варианты
 - изложить факты, высказать соображения, вытекающие из них, призвать к действиям;
 - продемонстрировать нечто плохое, показать, как это исправить, просить о сотрудничестве
 - добиться заинтересованности и внимания, завоевать доверие, изложить материал, сделать вывод, побуждающие к действию
- репетиция выступления в условиях максимально приближенных к реальным, неоднократное повторение позволит выработать некоторый автоматизм, запомнить часть материала

Как добиться успеха при публичном выступлении?

- **Три закона запоминания**
 - запоминание посредством восприятия: нужно получить яркое впечатление о том, что нужно запомнить
 - повторение – не нужно зубрить постоянно, нужно переключать внимание – это сокращает время и активизирует процесс запоминания
 - ассоциация – факты, зрительные образы, человек- внешний вид, связанное с ним событие, если много цифр и дат, то можно составить ряд по возрастанию и как бы считать их созерцать, как конспект на экзамене
- **Секреты:**
 - не стоит выступать в состоянии утомления, на голодный желудок или после потного обеда
 - привлекательный, соответствующий времени и месту внешний вид
 - стиль поведения – обаятельная улыбка, оратор рад видеть аудиторию, позитивно к ней настроен – залог качественного восприятия материала, «Я же говорил, что они жалят мне вреда»; аудитория – это не противники и не серая масс
 - требования к помещению – техника, компактное расположение слушателей
 - не стоит пользоваться трибуной, т.к. это создает впечатление барьера; президиум должен сидеть отдельно
 - вентиляция и проветривание

Как добиться успеха при публичном выступлении?

- **Установление взаимосвязи со слушателями:**
 - выступление должно быть облечено в форму неформальной беседы
 - можно построить выступление в форме диалога, не в прямом смысле, а задавать вопросы аудитории и заслушивать один-два ответа
 - расстановка акцентов на важных словах и фразах, повысит внимание
 - в процессе выступления нужно менять тембр голоса с целью дополнительного привлечения внимания
 - также важны и смена темпа речи – неважное – быстро, важное – медленно
 - нужно делать паузы до и после важных мыслей
 - огромный эффект имеет повторение главной мысли разными словами
 - применение примеров, понятных и близких сердцу слушателям


Как добиться успеха при публичном выступлении?

- **Начало выступления**
 - возбудить любопытство слушателей
 - начать с яркой конкретной иллюстрации
 - поставить перед аудиторией вопрос, ответ на который она не знает
 - начать с факта или цитаты
 - показать связь выступления с жизненно важными интересами аудитории
 - начало должно быть неформальным, свободным и естественным
- **Итоги выступления**
 - «Ну, вот и все, что я хотел сказать» - не рекомендуется
 - Призвать к действию
 - Пожелать успехов
 - Сделать комплимент слушателю
 - Удачно пошутить
 - Связать начало и конец выступления
 - Соблюдать регламент, закончить раньше, чем этого пожелают слушатели.
- **Практика**
 - не каждый человек является природным оратором, но основным правилам можно научиться, если захотеть
 - чувство собственного достоинства, доброжелательность и участие
 - доклад не будет восприниматься аудиторией, если вы не имеете никакого отношения к теме, если проблема доклада вас лично не волнует
 - можно использовать цитаты, но не «Как говорил еще Сократ..», или «Как говорил Сократ и я...»
 - использование «мы» вместо «Я» обезличивает выступление, «Я» позволяет отразить свою позицию и свою личность, мнение,
 - природные ораторы могут обходиться без бумажек, в первые минуты легко завладеть аудиторией, но можно составлять конспект, в котором отражать основные идеи и последовательность выступления



Классическая схема ораторского искусства

- Подбор необходимого материала, содержания публичного выступления;
- Составление плана, распределение собранного материала в необходимой логической последовательности;
- Словесное выражение», литературная обработка речи;
- Заучивание, запоминание текста;
- Произнесение.



Основные этапы подготовки публичного выступления

- Докоммуникативный;
- Коммуникативный;
- Посткоммуникативный.



Способы выступления с речью

- Чтение текста;
- Воспроизведение по памяти с чтением отдельных фрагментов (с опорой на текст);
- Свободная импровизация (экспромт).

Тема 5. Характеристика жанров делового общения

-
1. Проведение деловой беседы
 2. Проведение совещания
 3. Проведение деловых переговоров
 4. Проведение деловой презентации
 5. Основы деловой переписки

Деловая беседа

- **Деловая беседа** - межличностное речевое общение двух и более собеседников с целью разрешения определенных деловых проблем или установления деловых отношений.
 - Деловая беседа предполагает диалогический характер.
 - Деловая беседа, особенности её протекания, тематика обсуждаемых вопросов определяется профессиональными интересами её участников, а также типом отношений между собеседниками (субординационные «по вертикали» — «сверху вниз», «снизу вверх» и партнёрские «по горизонтали»).
 - Деловые беседы могут проводиться не только в кабинете, но и во время прогулки, в ресторане, при других условиях общения.
-

Виды деловых бесед

- Кадровая (собеседование);
 - Дисциплинарная;
 - Неформальная беседа;
 - Дисциплинарное собеседование;
 - Цель- предотвратить административные меры наказания (замечание, выговор, предупреждение о неполном служебном соответствии, увольнение);
 - Проблемная (разрешение конфликтных ситуаций);
 - Организационная (обсуждение технологии выполнения того или иного производственного задания, анализ полученных результатов, критические замечания по поводу решения поставленных задач);
 - Творческая (перспективы работы организации, горизонты видения проблемы, повышение качества работы);
 - Прием посетителей (цель визита, причина посещения, суть проблемы, просьбы и предложения).
-

Технология проведения деловой беседы

- 1) *начало беседы (установление контакта, создание благоприятного для беседы «климата отношений»);*
 - 2) *изложение своей позиции и обоснование её;*
 - 3) *выяснение позиции собеседника;*
 - 4) *совместный анализ проблемы (устранение сомнений собеседника, опровержение его замечаний, поиск вариантов решения и т.п.);*
 - 5) *принятие решения, завершение контакта.*
-

Факторы создания положительной атмосферы деловой беседы

- улыбка, доброжелательный взгляд ☺;
 - приветствие, включающее рукопожатие и слова;
 - обращение к собеседнику по имени-отчеству;
 - проявление дружеского расположения, использование для этого комплиментов, видимого участия;
 - подчёркивание значимости собеседника, фирмы, которую он представляет, проявление уважения к нему, которое демонстрируется словами, мимикой, жестами, позой, организацией пространственной среды;
 - открытое признание достоинств вашего собеседника
-

Эффективные методы начала беседы

- 1. Метод снятия напряжённости** позволяет установить тесный контакт с собеседником. Достаточно сказать несколько тёплых слов — и Вы легко этого добьётесь. Нужно только задаться вопросом: «Как бы хотели чувствовать себя в Вашем обществе собеседники?». **Шутка**, которая вызовет улыбку или смех присутствующих, также во многом способствует разрядке первоначальной напряжённости и созданию дружеской обстановки для беседы.
- 2. Метод «зацепки»** позволяет кратко изложить некую ситуацию или проблему, увязав её с содержанием беседы. В этих целях можно с успехом использовать какое-то небольшое событие, сравнение, личное впечатление, анекдотичный случай или необычный вопрос.
- 3. Метод прямого подхода** означает непосредственный переход к делу, без какого бы то ни было вступления. Схематично это выглядит так: после объяснения причин, по которым была назначена встреча, собеседники переходят к теме беседы. Этот приём является «холодным» и рациональным, он больше всего подходит для кратковременных и не слишком важных деловых контактов

Виды аргументов по степени воздействия на ум и чувства людей

Сильные аргументы	Слабые аргументы	Несостоятельные аргументы
Точно установленные факты и суждения, которые вытекают из них	Умозаключения, основанные на двух и более отдельных фактах, связь между которыми неясна	Суждения на основе подтасованных фактов
Законы, уставы, руководящие документы, если они исполняются и соответствуют реальной жизни	Уловки и суждения, построенные на аллюзиях	Ссылки на сомнительные, непроверенные источники
Экспериментально проверенные выводы, заключения экспертов	Ссылки (цитаты) на авторитеты, неизвестные или малоизвестные	Потерявшие силу решения, домыслы, предположения
Цитаты из публичных заявлений, книг, признанных в этой сфере авторитетов	Версии, обобщения, сделанные на основе догадок, предположений, ощущений	Доводы, рассчитанные на предрассудки, невежество
Показания свидетелей и очевидцев событий	Выводы из неполных статистических данных	

Правила убеждения

- **Использование «метода Сократа».** Для получения положительного решения по очень важному для вас вопросу поставьте решение этого вопроса на третье место, предпослав ему два коротких, простых для собеседника вопроса, по которым он без затруднения скажет вам «да».
 - **Примерные вопросы, позволяющие добиться положительных ответов:**
 - Вы ведь заинтересованы в получении прибыли?
 - А хотели бы вы расширить рынок сбыта?
 - Вы ведь настроены на плодотворное сотрудничество?
 - Вы ведь заинтересованы в том, чтобы иметь больше партнеров в вашем секторе рынка?
 - Вы хотите иметь отношения с надёжным партнером?
 - Вы одобрите выгодное для себя предложение?
-

Правила убеждения

- **Не загоняйте собеседника в угол.** Дайте ему возможность «сохранить лицо».
 - Убедительность аргументов в значительной степени зависит от имиджа и статуса убеждающего.
 - **Не загоняйте в угол себя, не понижайте свой статус.**
 - **Не принижайте статус собеседника**
 - К аргументам приятного нам собеседника мы относимся снисходительно, а к аргументам неприятного – критически.
 - Желая переубедить собеседника, начинайте не с разделяющих вас моментов, а с того, в чём вы согласны с ним.
 - **Будьте хорошим слушателем**
 - **Избегайте конфликтогенов**
 - **Проверяйте, правильно ли вы понимаете друг друга?**
 - **Следите за мимикой, жестами и позами – своими и собеседника**
-

Деловая беседа по телефону

- **Перед каждым звонком ответьте самому себе на три вопроса:**
 - 1) *Имеется ли острая потребность в разговоре?*
 - 2) *Обязательно ли знать ответ партнера?*
 - 3) *Нельзя ли встретиться с партнером лично?*
 - **Когда звонить?**
 - *С 8.00 до 9.30, с 13.30 до 14.00, после 16.30. В другие часы длительность разговора по телефону удваивается, решение затягивается. Считается неэтичным звонить на квартиру после 22 часов (даже если это деловой звонок).*
 - **Какой вопрос лучше всего решать по телефону?**
 - 1) *Вы хотите быстро сообщить или получить определенные сведения.*
 - 2) *Вам надо выяснить мнение того или иного должностного лица по интересующему вас вопросу.*
 - 3) *Вам надо уточнить, остается ли в силе прежняя договоренность о встрече с кем-то.*
 - 4) *Вам надо сообщить партнеру об изменении ситуации.*
 - 5) *Вы договорились с кем-то о телефонном звонке.*
-

Типичные ошибки при телефонном общении

- *неготовность вести диалог;*
 - *недружелюбие, сухость в общении;*
 - *подчеркнутая краткость, граничащая с невежливостью;*
 - *нетерпение;*
 - *желание быстрее закончить разговор и положить трубку.*
 - *отсутствие обращения к собеседнику по имени-отчеству;*
 - *недостаточное участие в проблемах собеседника;*
 - *неумелая постановка вопросов;*
 - *долгие паузы, связанные с поиском документов.*
-

Проведение совещания

- **Совещание** — это форма организации делового общения коллектива (группы) с целью обмена информацией и принятия коллективного решения по актуальным для данного коллектива (группы) проблемам;
 - Совещание и собрание — это протокольные жанры. Это означает, что они проходят в обстановке строгой официальности, обусловленной фиксацией устной речи, ведением **протокола**.
 - Протокол отражает не только ход ведения совещания (собрания) — обсуждение вопросов и принятие решения, — но и содержит важную процедурную информацию
-

Элементы повестки дня

- цель, дата, время и место проведения совещания;
 - список приглашенных лиц;
 - перечень обсуждаемых проблем;
 - главная темы.
-

Этапы проведения совещания

- вступительное слово ведущего,
- выступления по повестке дня,
- обсуждение вопросов,
- принятия проекта постановления (решения).

Умение слушать

- восприятие информации, при котором слушающий воздерживается от выражения своих эмоций;
- поощряющее отношение к говорящему, «подталкивающее» его продолжать акт общения;
- незначительное воздействие на говорящего, способствующее развитию мысли последнего «на шаг вперед».

Презентация

- Латинское «*praesentatio*» переводится как *представление, предъявление*. В толковом словаре русского языка конца XX века отмечаются следующие значения слова презентация:
 - 1) *Большой официальный приём (иногда с угощением), устраиваемый фирмой, организацией, предприятием и т.п. с целью рекламы, для ознакомления со своей деятельностью.*
 - 2) *Торжественное публичное представление, демонстрация чего-либо, ознакомление с чем-либо (иногда сопровождаемое угощением).*
-

Определение и цель презентации

- **Презентация – это любое публичное представление заинтересованной аудитории чего-либо нового.**
 - Главная цель деловой презентации — убедить присутствующих действовать в нужном направлении: одобрить предлагаемый проект; поддержать новую идею, предложение; купить продукт или услугу; принять бюджет, законодательный акт; внедрить новые идеи; проголосовать за кандидата и т.п.
-

Виды презентаций

- По форме реализации
 - Устные
 - В виде текста
 - По отношению аудитории к презентатору
 - Внешние
 - Внутренние
 - Нисходящие
 - Восходящие
 - По цели проведения
 - Продвигающие
 - Информационные
 - По размеру аудитории
 - Приватны
 - Камерные
 - Публичные
-

Деловые переговоры

- **Переговоры** – процесс взаимодействия сторон, предполагающий совместный анализ проблем и достижение согласованного решения.
 - *Цель переговоров* – найти взаимоприемлемое решение, избегая крайней формы проявления конфликта
-

Виды переговоров

- Официальные /неофициальные
 - Внешние/внутренние
 - В зависимости от сферы деятельности
 - дипломатические, политические, политические, экономические, военные, производственно-технические, торговые
 - В зависимости от цели проведения:
 - заключение соглашения, договора; продление действующих договорённостей; координация совместных действий; изменения в договоре, перераспределение взаимных обязательств; привлечение внимания общественности к обсуждаемым вопросам и др.
-

Преимущества проведения переговоров

- | | |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none">■ Преимущества, если переговоры ведёт один человек:<ol style="list-style-type: none">1. Оппонент не имеет возможности адресовать вопросы самым слабым участникам вашей команды.2. Вся ответственность лежит на одном человеке.3. Оппоненту не удастся ослабить ваши позиции за счет разногласий между членами вашей команды.4. Можно без затягивания, на месте принимать решения. | <ul style="list-style-type: none">■ Преимущества, если переговоры ведёт команда:<ol style="list-style-type: none">1. В неё входят люди, сведущие в разных вопросах, что снижает вероятность ошибок.2. Команда создает более сильную оппозицию противоположной стороне. |
|---|--|
-

Особенности деловой переписки

- Письменная деловая речь имеет следующие особенности:
 - строгая официальность,
 - тщательный отбор и организация языковых средств;
 - Деловая бумага, оформленная с учетом соответствующих правил, служащая доказательством чего-либо, официально информирующая о чем-либо, подтверждающая право на что-либо и имеющая юридическую силу, называется **документом** (от лат. documentum – доказательство).
 - **Документирование** - процесс записи информации (на бумаге или ином носителе), обеспечивающий ее юридическую силу.
-

Деловая переписка

- | | |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none">■ Письмо-ответ■ (с отказом):<ul style="list-style-type: none">· повторение изложения просьбы;· обоснование причины неудовлетворения просьбы;· констатация отказа или отклонения предложения. | <ul style="list-style-type: none">■ Сопроводительное письмо:<ul style="list-style-type: none">· сообщение о высылаемом материале;· уточняющие сведения |
|---|--|
-

Виды деловых писем

- **Служебное письмо-запрос:**
 - · обоснование необходимости запроса;
 - · содержание запроса;
 - · ожидаемый результат, если просьба будет выполнена.
 -
 - **Письмо-просьба:**
 - · изложение причины, побудившей обратиться с просьбой;
 - · изложение просьбы;
 - · ожидаемый результат, если просьба будет удовлетворена;
 - · выражение готовности к дальнейшему сотрудничеству.
-

Примеры клише

- **Примеры стереотипных формул (клише), выражающих мотивы, причины и цели создания документа:**
 - *В ответ на ваше письмо от...*
 - *В связи с вашей просьбой...*
 - *В порядке оказания помощи...*
 - *Ввиду отсутствия...*
 - *По вашему запросу высылаем (направляем, посылаем) Вам...*
 - *В связи с нарушением срока поставки...*
 - *В связи с финансовыми трудностями...*
 - *В целях ознакомления с...*
 - *В целях обмена опытом...*
 - *Во избежание конфликтных ситуаций...*
 - **Примеры стереотипных формул (клише), выражающих просьбу, требование:**
 - *Прошу Вашего ходатайства перед...*
 - *Мы обращаемся к вам с просьбой...*
 - *Прошу рассмотреть возможность...*
 - *Убедительно прошу решить вопрос...*
 - *Мы будем (весьма) признательны (благодарны) вам, если...*
 - *Просим принять участие...*
 - *Просим вас рассмотреть вопрос...*
-

2. ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАНЯТИЯ

Практическое занятие № 1

Информационное обеспечение дисциплины «Профессиональная этика и служебный этикет»

Цель – приобретение навыков поиска и анализа информации, необходимой для формирования списка источников для изучения дисциплины.

Задание

1) индивидуальная работа

Пользуясь различными поисковыми системами (например, Google, Yandex, Поиск@mail.ru и другими) необходимо найти 10 сайтов (источников: книги, журналы, порталы и др.), материалы которых раскрывают особенности профессиональной этики и служебного этикета, включая вопросы этики бизнеса, принципов ведения деловых переговоров, делового общения и коммуникаций, корпоративной культуры, имиджа делового человека, международные особенности деловых отношений и др.

Следует изучить специфические информационные ресурсы по вопросам профессиональной этики и служебного этикета, а не сайты, содержащие реферативные работы и курсовые. В отчете по практическому занятию следует не только привести перечень сайтов, но также дать их краткое описание: какая именно информация представлена.

В отчете должны быть отражены подходы к определению этики, профессиональной этики, основные отличия профессиональной этики от универсальной, проблемы, связанные с деловым этикетом.

В процессе выполнения практического занятия следует руководствоваться табл. 1, она поможет структурировать материал и систематизировать знания в области профессиональной этики и служебного этикета.

Таблица 1

Наименование информационного ресурса	Краткая характеристика представленной информации

2) работа в группе

каждый студент готовит презентацию по результатам индивидуальной работы с целью формирования общего списка источников, которые помогут в изучении дисциплины «Профессиональная этика и служебный этикет».

3) для защиты отчета по практическому занятию студент должен его оформить в рабочей тетради или отдельным файлом, который должен содержать:

- название и цель работы;
- результаты индивидуальной работы;
- результаты группового обсуждения;
- выводы;
- студент должен владеть основными терминами и понятиями из области профессиональной этики и служебного этикета:

1. что представляет собой профессиональная этика?
2. какие направления (элементы, особенности) включает профессиональная этика?

3. что такое служебный этикет?

Практическое занятие № 2

Проблемный семинар. Содержание и особенности кодексов профессиональной этики

Цель – получение знаний по основному содержанию кодекса профессиональной этики с учетом особенностей разных профессий.

Для подготовки к практическому занятию студенту необходимо подготовить сообщение (презентацию) по содержанию кодекса профессиональной этики на примере одной из профессий:

- кодекс экономической этики (деловой этики), кодекс предпринимателя;
- кодекс профессиональной этики аудитора;
- кодекс эксперта в сфере образования;
- кодекс профессиональной этики адвоката;
- кодекс профессиональной этики юриста;
- кодекс профессиональной этики педагога;
- кодекс профессиональной этики журналиста;
- кодекс профессиональной этики сотрудника органов внутренних дел;
- кодекс профессиональной этики нотариуса;
- кодекс профессиональной этики врача (кодекс врачебной этики, кодекс биомедицинской этики);
- кодекс профессиональной этики юриста (кодекс юридической этики) и др.

Процедура проведения занятия предполагает заслушивание выступлений студентов, ответы на вопросы аудитории, обсуждение проблемных аспектов кодекса профессиональной этики и подведение итогов.

Практическое занятие № 3

Современные проблемы этики бизнеса и корпоративной культуры

Цель – получение знаний по содержанию этических отношений в бизнесе, формирование представлений об этических конфликтах в современной организации, развитие навыков анализа проблем корпоративной культуры.

Задание: используя ресурсы сети Интернет, изучить сайты не менее 3 организаций (предприятий): общая информация о предприятии, социальная ответственность бизнеса, принципы корпоративной культуры, характеристика кодекса корпора-

тивной этики и др. провести сравнительный анализ по рассмотренным аспектам.

В случае, если предметом исследования становится именно кодекс корпоративной этики, то рекомендуется проанализировать следующие положения:

- цель и задачи кодекса корпоративной этики; его роль и предназначение для работы предприятия (организации);

- характеристика и анализ содержания основных разделов (элементов) кодекса корпоративной этики, например: взаимоотношения руководителей и персонала с клиентами (партнерами); порядок взаимоотношений руководителей и подчиненных; деловая этика; рабочее время и его использование; равенство возможностей для всего персонала; внешний вид персонала; подарки и вознаграждения; конфликт интересов; взаимоотношения со СМИ и др.;

- какие ценности организации (предприятия) являются корпоративными; каким образом они могут быть использованы в деятельности предприятия (организации);

- какие этические нормы (принципы) являются ключевыми для сотрудников, руководства, организации в целом.

Возможные формы проведения практического занятия: задание может выполняться студентом индивидуально или возможно деление на малые рабочие группы по 2-3 человека.

В конце занятия по результатам индивидуальной работы студенты готовят небольшие сообщения для освещения основных результатов работы.

Практическое занятие № 4 **Тематическая дискуссия.**

Этика и социальная ответственность предприятия

Цель занятия – приобретение навыков анализа конкретной ситуации и разработка предложений по повышению социальной ответственности бизнеса.

Задание 1. Компания «Мальвина» занимается производством и продажей шампуней. Шампуни от «Мальвины» всегда радуют потребителя безупречным качеством и разнообразием вариантов.

Вы возглавляете отдел развития и контроля качества продукции.

3 дня назад, в воскресенье (ни Вас, ни кого-либо из Ваших коллег, разумеется, не было на фабрике) была произведена большая партия шампуня «Синий баклажан». В понедельник Ваши коллеги из лаборатории отобрали несколько проб шампуня из этой партии. Анализ показал, что кислотность шампуня во взятых пробах составляет $pH = 8,6$.

Безупречные нормы кислотности шампуня, принятые у вас на фабрике и подписанные Вами лично год назад, гласят, что показатель кислотности pH для шампуня должен находиться в пределах от 5 до 8,5.

В связи с этим во внутренних документах компании эта партия шампуня фигурирует как «черная партия» (shadow batch)/

Начальник заводской лаборатории в своем отчете сообщил два важных обстоятельства. Во-первых, по его мнению, отклонение кислотности шампуня от нормы связано с использованием некачественных элементов упаковки, доставленных на фабрику от поставщика «Карабас Барабас Ltd» две недели назад.

Во-вторых, он сообщает, что незначительное отклонение показателя кислотности pH от ваших норм не может привести ни к каким вредным последствиям. При употреблении этого шампуня. . на качестве шампуня, по его мнению, это отклонение также никак не отразится.

Менеджер по маркетингу заявил, что в случае, если качеству шампуня ничего не угрожает, он не видит причину останавливать продажи «Синего баклажана» и перерабатывать «черную партию».

Менеджер отдела планирования, в свою очередь, сообщил вам, что полная переработка этой партии шампуня займет

минимум два дня и существенно сдвинет рабочий план фабрики.

Менеджер отдела фабричного учета рассчитал, что себестоимость шампуня, переработанного из «черной партии», возрастет в 1,7 раза.

Менеджер склада готовой продукции утверждает, что если партия не будет вывезена со склада в течение 3 суток, на складе не будет хватать места для вновь произведенной продукции.

Вам как руководителю отдела развития и контроля качества продукции, предстоит выработать решение по следующим вопросам:

1. чьи интересы затронуты в данной ситуации?
2. что может служить причиной сложившейся ситуации?
3. насколько этичны решения Ваших коллег?
4. какова будет судьба «черной партии»?
5. какие могут быть последствия при выводе «черной партии» на рынок?
6. какие необходимо принять меры в целях избежания подобных ситуаций?

Задание 2. Тест на этику бизнеса

1. Этично ли собирать данные в поддержку нового товара, внедрение которого Вы не считаете оправданным, причем в ответ на Вашу критику этого товара начальник говорит - делай, как я сказал?

ДА НЕТ Нужно разобраться

2. Считаете ли Вы допустимым сделать начальнику подарок на сумму 100 долл. В день рождения или на праздник?

ДА НЕТ Нужно разобраться

3. Этично ли принять от начальника подарок в день рождения на сумму 100 долл. (учитывая, что начальник - лицо противоположного пола)?

ДА НЕТ Нужно разобраться

4. Этично ли принять приглашение поставщика провести выходные дни на базе отдыха его компании? (Будет ли Ваш ответ иным, если в данное время Вы рассматри-

ваете предложение этого партнера о поставке комплектующих на сумму 1 млн. долл.),
ДА НЕТ Нужно разобраться

5. Этично ли подарить менеджеру по закупкам компании-казачика бесплатные билеты на матч, на который тот очень хочет пойти, учитывая то, что он в настоящий момент рассматривает возможность сделать Вашу компанию эксклюзивным поставщиком?
ДА НЕТ Нужно разобраться

6. Этично ли использовать отпуск по болезни для посещения магазинов или выезда на отдых? ДА НЕТ Нужно разобраться

7. Правильно ли промолчать, если Вы, занимая должность младшего финансового аналитика, подсчитали, что рентабельность нового проекта составит 18%, а Ваш начальник сообщил Вам, что его руководство не утвердит ни одного проекта с рентабельностью ниже 25%, и потребовал переделать расчеты и «привести их в порядок»?
ДА НЕТ Нужно разобраться

8. Этично ли убеждать Вашего непосредственного руководителя, что успех новой инициативы компании - это исключительно Ваша заслуга, тогда как на самом деле это плод усилий всего коллектива или Ваших подчиненных?
ДА НЕТ Нужно разобраться

9. Этично ли стать открыто на защиту сотрудника, несправедливо обвиненного в нарушении служебных обязанностей, если Вы с ним конфликтуете?
ДА НЕТ Нужно разобраться

10. Этично ли привлекать Ваших сотрудников к подготовке приглашений на вечеринку, если на нее будут приглашены клиенты и потребители?
ДА НЕТ Нужно разобраться

11. Этично ли «бродить» по Интернет на рабочем месте, если вся работа сделана и новых заданий нет? (Будет ли Ваш ответ таким же, если представить, что Вы изучаете порнографические сайты) ДА НЕТ Нужно разобраться

12. Этично ли молчать о том, что Ваша сотрудница (сотрудник) стала объектом сексуальных домогательств со стороны своего начальника?

1. индивидуальная работа студента с каждой ситуацией, оформление письменного отчета в тетради, обсуждение точек зрения по результатам индивидуального анализа;

2. работа с ситуациями по вариантам в микрогруппах по 2-3 человека (возможно использование спарринг-партнерства), выявление проблем, разработка вариантов решения, обсуждение в студенческой группе;

3. деление студенческой группы на 3-4 рабочие группы, выделение группы экспертов. Рабочие группы занимаются проработкой ситуаций (причины проблемы – проблема – варианты решений – обоснование одного из вариантов решений), экспертная группа разрабатывает критерии оценки рабочих групп, оценивает предложенные варианты решений, организует дискуссию.

Независимо от формы проведения занятия рекомендуется следующая схема рассмотрения конкретной ситуации:

1. формулировка проблемы: необходимо четко сформулировать проблему в сложившейся ситуации,

2. характеристика главных героев: описание участников ситуации,

3. альтернативные варианты решения: необходимо разработать как можно больше альтернативных решений (минимум три альтернативных решения), при этом указать плюсы и минусы (минимум два-три) каждого из них, тогда вероятность выбора правильного решения будет максимальной. Большое количество положительных и отрицательных факторов, характеризующих каждый вариант альтернативы, также способствуют эффективности выбора соответствующего решения. Плюсы и минусы по каждой альтернативе можно представить в таблице.

4. рекомендации или план действий должны содержать основное направление выхода из сложившейся ситуации, которое должно быть аргументировано.

5. необходимо указать, какие теоретические аспекты профессиональной этики и/или организационной культуры затронуты в рассматриваемой ситуации.

Задание. Ознакомьтесь с приведенной ниже ситуацией. Определите, какие элементы организационной культуры выражены наиболее ярко. Как Вы считаете, какие элементы являются наиболее важными для формирования сильной корпоративной культуры организации. Оцените, какие составляющие организационной культуры придают ей негативный оттенок в рассмотренном примере. Предложите свои рекомендации по совершенствованию организационной культуры.

Варианты ситуаций

Ситуация 1. Девиз одной из авиакомпаний – «самая дружелюбная авиакомпания в мире». Служащие целиком оправдывают такое звание и пребывают в восторге от своей работы. Например, стюардессы не обязаны носить строгую форму. Наоборот, поощряется, чтобы они надевали розовые и оранжевые пиджаки, мини-юбки и модные туфли. Сотрудников специально настраивают, чтобы они не прятали свою индивидуальность, а вели себя естественно. Например, пилоты, вылетая в Лос-Анджелес, могут сказать пассажирам: «Пристегнитесь, ребята, мы вылетаем в город потерянных зарплат». Надо ли говорить о том, что клиенты обожают такую компанию, а многие её бывшие служащие до сих пор вспоминают о своем работодателе.

Ситуация 2. В корпорации 3М культивируют пример героев, разрабатывали и в конце концов разработали проекты, изначально похороненные высшим руководством компании. Однажды одного из них уволили за то, что он настаивал на внедрении нового продукта даже после того, как его начальник сказал ему: «Плохая идея. Мы не будем её реализовывать!» Даже после своего увольнения он не ушел с работы. Вечерами он оставался в пустом кабинете и работал над «бесперспективным проектом». В конце концов, его восстановили на работе, идея, предложенная им, имела большой успех, он был назначен на должность вице-президента. Пример данного героя нашел отражение в корпоративной культуре этой компании: «Будь настойчив в том, во что сам веришь».

Ситуация 3. В одной торговой компании руководство способствует распространению легенды о том, что один покупатель умудрился получить компенсацию за некачественную автомобильную покрышку, при том, что эта компания вовсе не выпускает автомобильные покрышки. Эта легенда лишний раз подтверждает политику компании, направленную на то, что претензии клиентов выполняются без вопросов и в компании неукоснительно соблюдается правило: «Клиент всегда прав».

Ситуация 4. В компании, которая является мировым лидером в области производства автомобильных масел и продуктов для сервиса, организовано соревнование с последующей церемонией награждения победителей. Это подчеркивает важность быстрого и качественного обслуживания клиентов. Соревнование заключается в том, что все действия, связанные с заменой автомобильного масла в машине, должны быть выполнены в течение 8 минут. Церемония награждения представляет большой интерес. Участники соревнования прибывают на шикарном белом лимузине, проходят по красной ковровой дорожке, встречаемые радостными криками толпы и музыкой джазового ансамбля.

Ситуация 5. Руководитель одного крупного медицинского центра снял с петель дверь своего кабинета и подвесил её в холе для того, чтобы все работники видели, что в компании действительно реализуется принцип открытости.

Ситуация 6. Одна компьютерная компания разработала и внедрила символ красных пуговиц. Эти пуговицы должны были носить те работники, которые не соблюдали график выполнения поставленных задач по выпуску компьютеров, но в то же самое время их работа имела существенное значение для компании. Красные пуговицы символизировали серьезность ситуации, и считалось, что все работники этой компании станут оказывать помощь тем людям, кто носит эти красные пуговицы.

Ситуация 7. Стены офиса одного московского издательского дома украшены картинами современных российских художников. При этом картины тематически никак не связаны с

бизнесом компании, а скорее отражают корпоративную культуру, объединяющую сотрудников и отличную от других культур, т.е. культуру, в которой общечеловеческие ценности помогают успешной работе. Такие произведения обращают на себя внимание сотрудников и гостей, а также создают особую творческую атмосферу.

Ситуация 8. На заседаниях в японских компаниях не принято повышать голос. На поступающее предложение все мирно кивают, процесс обсуждения идет гладко и даже скучно. В этом проявляется древняя японская традиция земледелия «нэмаваси»: перед тем как пересадить дерево, вокруг него длительное время перекапывают почву, пока не вырастит мощный корень. Так и перед началом любого важного дела нужен предварительный договор, чтобы все участники были предупреждены и согласны. Если кто-то, не предупредив коллег, вынес на заседание новое для всех предложение, это означает, что он совершил неожиданное нападение, не давая коллегам подготовиться и согласовать свои действия. Такое выступление будет воспринято как неуважение к сотрудникам, а начальник этого человека-выскачки «потеряет лицо» перед остальными.

Ситуация 9. Сочетание желтого и черного цветов активно используется компанией мобильной связи «Билайн» в рекламных материалах, оформлении помещений и форменной одежде персонала. Такая цветовая окраска характерна для одного не очень приятного насекомого – осы. Однако ни персонал компании, ни клиентов такая ассоциация не отпугивает.

Ситуация 10. Можно точно определить отрицательную корпоративную культуру компании, если при обращении в организацию слышишь: «Это не ко мне». При нормальном внутреннем климате любой сотрудник всегда открыт и готов помочь, даже если ваша просьба не относится к его функционалу. Однако именно такая «некультурная» культура сложилась в одном крупном торговом центре. Там покупателям приходится долго вылавливать продавцов-консультантов, а потом держать их за руку, чтобы они не убежали в самый неподхо-

дящий момент. На просьбы покупателей показать какой-нибудь товар консультанты раздраженно бросают: «Товар на полке, разве вы не видите?» При этом большинство товаров запакованы, на них отсутствует рисунок и надпись на русском языке. Администратор торгового зала в ответ на замечание клиента о том, что невозможно никого найти, отвечает: «В нашем магазине каждый делает то, что ему нужно». Покупатель: «А какие магазины вашей сети работают 24 часа?» Администратор: «Не скажу! Вы ведь к нам приходите покупать!» В это время продавец хвалит одному их покупателей малайзийскую сборку: «Здесь вообще сомневаться не стоит, это великолепно! Малайзия – более, знаете, считается, более. Но сейчас это особо, знаете, не особо!» Другой продавец: «Вот инструкция, но вообще-то товар живет своей жизнью до самой смерти».

Ситуация 11. В одной компании к юбилею решено было подарить всем сотрудникам футболки с корпоративной символикой, но экономия привела к тому, что подарки полиняли и расплзлись по швам после второй стирки. Эта неприятная мелочь подорвала уважение людей к своей компании.

Ситуация 12. Рабочий день на одном из петербургских промышленных предприятий для большинства сотрудников начинается с неперемного чаепития. Чаепитие плавно перетекает в перекур. Обед начинается рано – практически сразу же за перекуром. Специалисты планового отдела, бухгалтерии, даже молодые маркетинговые аналитики начинают бегать с пирожками на тарелочках из кабинета в кабинет. Не завод, а клуб по интересам. Для сотрудников основная цель пребывания на работе – общение. Если у кого-нибудь из сотрудников случается день рождения, то работа отдела останавливается. Тут уже не до общения с клиентами, с трех часов дня все занимаются исключительно нарезкой салатов и поздравлениями именинника. Там, где размещены различные отделы и бюро заводоуправления, в кабинетах старые, местами отклеивающиеся обои, в коридорах темно и пыльно, на стенах висят доски политинформации с новостями 1980-х гг. На верхних этажах

заводоуправления находится дирекция. Там светлые коридоры, евроремонт. В приемных сидят обученные на западный манер секретари. В кабинете коммерческого директора флажки и другие атрибуты, подчеркивающие статус хозяина кабинета. Коммерческий директор говорит об управлении по целям, о всеобщем качестве и о запуске проекта по внедрению автоматизированной системы управления. Все это выдает в нем выпускника программы МВА. По его мнению, компания пережила кризис и начала развиваться. Только при подведении очередных годовых итогов выяснилось, что компания не принесла владельцам ни копейки прибыли, по всем направлениям деятельности – одни убытки, а рынок, который всегда принадлежал этой компании, занят другими производителями.

Практическое занятие № 6

Проблемный семинар. Актуальные проблемы профессиональной этики и служебного этикета

Цель – приобретение навыков публичного выступления и ответов на вопросы, умений вести диалог и анализировать современные проблемы профессиональной этики и служебного этикета.

Для подготовки к практическому занятию студент должен выполнить индивидуальное домашнее задание 1 - написание и презентация реферата.

Процедура проведения занятия

1. заслушивание докладов студентов по результатам написания реферата
2. обсуждение проблемных аспектов профессиональной этики и служебного этикета
3. подведение итогов занятия, определение направлений решения этических проблем современного бизнеса.

Практическое занятие №7

Просмотр учебного фильма «Формальные и неформальные коммуникации»

Цель – приобретение знаний о современных проблемах в области профессиональной этики и служебного этикета, умений работать в команде и навыков ведения спорных дискуссий и публичных выступлений.

В качестве альтернативных фильмов могут быть использованы следующие видеоматериалы, которые имеются на кафедре экономики и управления на предприятии машиностроения:

1. За рамками формальных отношений,
2. Мания лидерства,
3. Умение слушать,
4. Умение убеждать,
5. Персональный менеджмент,
6. Две недели на культуру,
7. Хозяин положения,
8. Бизнес-переговоры в России.

Кроме того, данная форма проведения занятия – просмотр учебных фильмов – может быть использована для проведения других практических занятий.

Методические указания по проведению практического занятия

1) постановка задачи и формирование игровых команд: студенты делятся на 2-4 команды (по 7 – 8 человек) и выступают в роли консультантов – специалистов консалтинговых компаний;

2) просмотр учебного фильма; по итогам данного этапа каждая команда делает презентацию, т.е. представление своей команды: название, девиз, определяет цель, которую преследуют все члены команды в данной деловой игре; кроме того, необходимо выявить проблему (проблемы) в ситуации по фильму, обосновать причины проблемы и возможные варианты решений;

3) работа команд: каждый из участников команды описывает ключевые проблемы ситуации, определяет причины их возникновения и возможные способы их решения; команда готовит презентацию результатов работы с использованием PowerPoint.

4) презентация результатов работы команд; при этом работа команд оценивается по следующим критериям:

- презентация,
- выявленные проблемы,
- разнообразие направлений решения проблем;
- решение задач;
- сплоченность команды;
- использование и свободное владение профессиональными терминами;
- ответы на вопросы.

5) оценка результатов работы команд, подведение итогов, формулировка выводов.

Практическое занятие № 8

Тематическая дискуссия. Коммуникационные технологии в управлении предприятием

Цель: приобретение навыков публичных выступлений и обсуждения конкретных ситуаций.

ВНИМАНИЕ! Для подготовки к практическому занятию № 8 необходимо подготовить публичное выступление и представить его в аудитории. Ваше сообщение может быть связано с: самопрезентацией; с представлением организации, в которой Вы работаете; с содержанием книги или фильма, которые Вы прочитали или посмотрели; с декламированием Вашего любимого стихотворения или прозы и др. Сообщение должно быть на 3 – 5 минут. Студент должен быть готов к ответам на вопросы, если они возникнут;

Порядок проведения практического занятия

1. Заслушивание и обсуждений выступлений студентов. Формулировка правил публичных выступлений.

2. Рассмотрение ситуаций, предлагаемых для обсуждения.

Ситуация 1

Вы поздно закончили накануне работу, устали и не подготовили, как обычно, план выступления. До начала выступления осталось около 10 минут. Вы неплохо знаете тему, но боитесь того, что на качестве выступления может сказаться усталость. Как Вы поступите?

Ситуация 2

Вы ведете переговоры, Ваш партнер утверждает нечто, безусловно ошибочное, с Вашей точки зрения, и неприемлемое для решения данной проблемы. Вам необходимо переубедить его. Как Вы это сделаете?

Ситуация 3

Вы должны выступить с докладом о проделанной работе перед коллегами на предприятии. Вы знаете, что выступаете в числе последних и что многие их присутствующих приблизительно знакомы с тем, о чем Вы будете говорить. Поэтому велика вероятность, что будут слушать Вас невнимательно, вести посторонние разговоры и т.п. Что Вы предпримите для того, чтобы завоевать внимание аудитории и Ваше выступление всем понравилось?

Ситуация 4

На одном из рабочих совещаний Вы говорите о проблеме реконструкции Вашего предприятия. У Вас довольно хорошие предложения по этому вопросу, но в зале сидят несколько Ваших противников, которые не хотят, чтобы ваши предложения были приняты руководством. Они задают Вам каверзные вопросы, делают едкие замечания, резкие выпады против Вас лично и против Ваших предложений. После очередного такого замечания Вы говорите: «...».

Ситуация 5

Один из работников на совещании персонала обычно занимает позицию противостояния. При этом все вынуждены выслушивать пространные объяснения причин его несогласия. Из-за этого теряется масса времени. Стоит ли прервать высту-

пающего и предложить ему связать сказанное с предметом обсуждения? Стоит ли повторять это прием, если он не подействовал сразу? Как еще можно воздействовать на этого сотрудника?

Ситуация 6

Вы руководитель организации. Понедельник – начало рабочей недели, начало рабочего дня. Вы заходите в кабинет, просите секретаря принести чашку кофе и занимаете свое рабочее место, осматриваете свой кабинет и с тяжестью во взгляде смотрите на свой рабочий стол: груда бумаг различного назначения находится в абсолютном беспорядке. На 10.00 у Вас назначено совещание с руководителями отделов, но в таком хаосе Вы не можете найти нужные для проведения совещания документы. Как Вы справитесь с данной ситуацией?

Ситуация 7

Рассматривая почту, руководитель обнаруживает документ, с которым необходимо ознакомиться детальнее. Но времени сейчас нет, и он оставляет документ у себя в надежде внимательно прочесть его в субботу дома. Верно ли он поступает?

Ситуация 8

Ваша сотрудница – секретарь часто делает ошибки при оформлении деловых бумаг. Вы приняли на работу ее недавно, но увольнять ее Вам бы не хотелось – в основном свою работу она выполняет хорошо. Может быть, ей не хватает опыта? Ваши действия?

Ситуация 9

Используя модель коммуникационного процесса, опишите в соответствующих терминах на примере взаимодействия преподавателя и студента в аудитории в ходе проведения практического или лекционного занятия по любой дисциплине.

Для оценки проведения занятия сформулируйте ответы на следующие вопросы:

1. какова политика преподавателя в области коммуникации?

2. каков управленческий стиль преподавателя и как он влияет на межличностные и групповые коммуникации?
3. где и когда происходил сбой в коммуникационном процессе?
4. какие коммуникационные барьеры имели место в процессе проведения занятия?
5. каким образом коммуникационный стиль преподавателя связан с мотивацией студентов? Отвечает ли стиль мотивационному поведению студентов?
6. Какие невербальные коммуникации использует преподаватель? Являются ли они эффективными?

Ситуация 10 «Простое выполнение работы»

Ирина Сергеевна Колесникова работает под руководством одного и того же начальника уже 11 лет. Однажды ее давняя подруга за чаем спросила, насколько хорошо ей работать со своим начальником? Прозвучал приблизительно такой ответ: «Вообще – то ничего. Он мне не досаждаёт. Я делаю совою работу». Тогда подруга поинтересовалась: « Но ты же работаешь на одном месте уже 11 лет. Как ты работаешь? Тебя когда – нибудь повысят? Пожалуйста, не обижайся, но мне совершенно непонятно, какое отношение имеет то, что ты делаешь, для работы фирмы».

Ирина Сергеевна задумалась: «Я действительно не знаю, хорошо ли я работаю... Мой начальник никогда со мной об этом не говорит. Правда, я всегда считала, что отсутствие новостей – уже хорошая новость. Что касается содержания и важности работы, то при приеме на работу мне что-то очень невнятно объяснили и больше об этом речи не было. Мы с руководителем особенно не общаемся».

Вопросы:

1. Какой вид коммуникаций описан в ситуации?
2. Какие условия и цели эффективности коммуникаций между руководителем и подчиненным отсутствуют?
3. Как можно определить уровень вертикальных коммуникаций?

4. Существуют ли возможности для восходящих коммуникаций в данной ситуации?

5. Каким образом можно более эффективно построить обратную связь в данной ситуации?

Практическое занятие № 9

Тематическая дискуссия. Современные жанры делового общения

Цель – приобретение знаний в области жанров делового общения, навыков публичных выступлений и ответов на вопросы.

Для подготовки к занятию студенту необходимо подготовить выступление (презентацию) по одному из следующих направлений:

1. Деловая беседа как основной жанр делового общения. Виды деловых бесед.

2. Проведение деловой беседы.

3. Деловая беседа по телефону.

4. Барьеры в общении.

5. Проведение совещания.

6. Слушание в деловой коммуникации.

7. Презентация как одна из форм делового общения. Виды презентаций.

8. Специфика такой формы деловых коммуникаций, как деловые переговоры. Виды переговоров.

9. Подготовка к переговорам. Техника ведения переговоров.

10. Этапы ведения переговорного процесса. Тактика ведения переговоров.

11. Подготовка текста презентационной речи.

12. Основы деловой переписки

13. Общие требования, предъявляемые к документу.

14. Виды документов.

15. Текстовые нормы письменной деловой речи.

16. Языковые нормы письменной деловой речи.

Возможна подготовка совместного доклада (2-3 студента) по предварительному согласованию с преподавателем.

Практическое занятие № 10

Использование метода тестирования для оценки личных качеств в области профессиональной этики и служебного этикета

Цель – приобрести навыки использования психологических тестов для оценки личных качеств (уровень знаний базового этикета, профессионального этикета, культуры делового общения и др.) с учетом будущего направления деятельности.

Задание на практическое занятие:

1) используя ресурсы сети Интернет, найти не менее 5 тестов, позволяющих оценить личный уровень знаний в области профессиональной этики и служебного этикета.

Вариантами тестов могут быть:

- тест на знание правил этикета;
- этикет и культура вашего общения;
- знаете ли Вы правила ресторанного этикета;
- основные правила этикета мужчин (женщин);
- тест на знание подарочного этикета;
- знаете ли Вы правила современного делового этикета;
- насколько Вы вежливы?
- тест на уровень этичности в отношении работника и др.

2) необходимо ответить на вопросы тестов, результаты представить в рабочей тетради или рабочей файле – отчета по практическому занятию;

3) оформить отчет в тетради, который должен содержать:

- название и цель практического занятия;
- вопросы выбранных тестов;
- ответы на вопросы и результаты тестирования;
- вывод о выполнении практического занятия, в котором необходимо отразить общие положения по уровню знаний в области профессиональной этики и служебного этикета.

Практическое занятие № 11

Тематическая дискуссия. Формирование имиджа делового человека

Цель – приобретение знаний по формированию имиджа делового человека, знание основ коммуникации и взаимодействия в деловой среде; приобретение навыков публичных выступлений и ответов на вопросы.

Для подготовки к занятию студенту необходимо подготовить выступление (презентацию) по одному из следующих направлений:

1. Понятие и виды имиджа
2. Основы имиджа делового человека
3. Имидж делового мужчины
4. Внешний вид делового мужчины
5. Имидж деловой женщины
6. Внешний вид деловой женщины
7. Национальная специфика имиджа делового человека
8. Другие варианты: рекомендации по формированию имиджа делового человека; принципы имиджа делового человека; культура делового человека; этикет делового человека и др.

Возможна подготовка совместного доклада (2-3 студента) по предварительному согласованию с преподавателем.

Практическое занятие № 12

Проблемный семинар. Современные проблемы деловой этики

Цель – приобретение навыков публичного выступления и ответов на вопросы, умений вести диалог и анализировать современные проблемы деловой этики и служебного этикета.

Для подготовки к практическому занятию студент должен выполнить индивидуальное домашнее задание 2 - написать эссе по выбранной теме.

Процедура проведения занятия

1. заслушивание докладов студентов по результатам написания эссе
2. обсуждение проблемных аспектов деловой этики и служебного этикета
3. подведение итогов занятия, определение направлений решения этических проблем в современном бизнесе.

Практическое занятие № 13 **Деловая игра. Деловые переговоры**

Цель игры - научиться правильно вести переговоры как внутри своего подразделения, так и с деловыми партнерами других фирм.

Методические указания по проведению деловой игры

Общие положения. Переговоры будут идти между головным подразделением холдинга и его филиалом об отчете по бюджету филиала на конец года. Представители филиала приехали в головное предприятие с отчетом, в котором прибыль оказалась меньше в 2 раза по сравнению с прошлым. Наконец, назначена встреча в Москве, и генеральный директор филиала должен отчитаться по бюджету. Часть средств он незаметно откладывал «в свой карман». Он также принял на работу, как предполагал, хорошего бухгалтера, который укрывал ущерб, списывая на нужды предприятия. Участники делятся на команды: одна команда из трех человек — сотрудники филиала, а другая команда из четырех человек — это сотрудники головного предприятия. Оценивать проведение переговоров будет генеральный директор головного предприятия. Команда филиала должна отчитаться о результатах своей деятельности перед головным предприятием, а именно: куда уходили деньги, почему прибыль уменьшилась в 2 раза, почему деятельность филиала, тем не менее, остается целесообразной, почему головному предприятию не следует принимать какие-либо меры и т. д.

Подготовка к дискуссии.

От команды головного подразделения в игре участвуют:

1. Генеральный директор головного предприятия в качестве человека, оценивающего работу подчиненных, поведение людей.
2. Заместитель ген. директора — провокатор.
3. Руководитель отдела продаж — «разрядчик» обстановки.
4. Юрист (свой человек для генерального директора филиала).

От команды филиала участвуют:

1. Ген. директор филиала, роль льстивого и властолюбивого человека.
2. Помощник ген. директора филиала, правая рука своего руководителя.
3. Главный бухгалтер.

Организация проведения игры. Ген. директор головного подразделения садится во главе стола. Остальные сотрудники головного подразделения и сотрудники филиала садятся по разные стороны стола, напротив друг друга.

Рекомендации по проведению переговоров: генеральному директору филиала предстоит сыграть роль перспективного, властного и корыстного руководителя. В ваших же интересах не разговаривать с другой командой во время подготовки к переговорам, так как они могут воспользоваться вашими идеями. Совещание будет проводить директор, но это не значит, что Вы во всем должны с ним соглашаться. Если Вы считаете свою точку зрения правильной, Вы должны ее доказывать, но ваше доказательство должно быть логичным и аргументированным.

Анализ и оценка проведения игры. На заключительном этапе подводят итоги. При этом анализируются выступления руководителей, обсуждаются общие впечатления о состоявшихся переговорах, работе в команде. Выявляются ошибки, что следовало бы сказать, а что было лишним.

Практическое занятие № 14
Деловая игра. Введение сложных дискуссий.
Ситуация «Открытие производства»

Цель - приобрести навыки ведения деловых разговоров; задача участников - отстаивая свои позиции, не забывая о мнении партнеров по переговорам (оппонентам), прийти к взаимному компромиссу.

Методические указания по проведению деловой игры

Процедура проведения занятия. Ознакомление с правилами игры, деление участников на группы, анализ стратегии и ее обсуждение внутри группы, выступление представителя от каждой группы (краткое изложение стратегии), ответы на вопросы, проведение переговоров, подведение итогов игры.

Критерии оценки участников игры. Оценки выставляют эксперты игры, опираясь на собственные наблюдения, сделанные непосредственно в процессе.

Ситуация для анализа

Городская управа (чиновники). Вы являетесь жителями небольшого провинциального городка. В городе все тихо, спокойно. Прекрасная природа, чистый воздух, прозрачная вода, т. е. экология по всем показателям на высшем уровне. Вы на жизнь не жалуетесь: народ в основном занят на молочном комбинате, кормите сами себя, продаете свою продукцию в соседние города, где она пользуется большим спросом как наиболее экологически чистая и относительно не дорогая. Прогресс сильно Вас не затронул, преступность не беспокоит, Вы живете спокойной размеренной жизнью. Однажды в ваш город приезжают богатые промышленники и банкиры. Они предлагают построить на месте молочного комбината полиграфическое предприятие. Вы готовы согласиться, так как лично вам это принесет огромные доходы (отчисления в городской бюджет и в ваш карман). Но, с другой стороны, Вы думаете и о населении города: во-первых, полиграфический комбинат — это экологически вредное производство (ухудшение экологической обстановки отрицательно скажется на каче-

стве производимой вами сельскохозяйственной продукции); во - вторых, часть населения будет занята на полиграфическом комбинате, что сократит объем выпускаемой сельскохозяйственной продукции, производство молочной продукции будет приостановлено. Вы не знаете, как отреагирует народ на ваше согласие на строительство. Вы боитесь так же общества по охране окружающей среды. Вы знаете, его реакция будет однозначной. Это неминуемая оппозиция, которая может вылиться в бурные акции протеста. Вы находитесь на распутье: деньги или спокойствие в городе? Ваша задача — принять решение в процессе переговоров. При обсуждении проблемы внутри группы Вы должны ориентироваться на решение масс. Если массы согласятся на строительство, то Вы должны придумать, как умиротворить общество по защите окружающей среды. Продумайте так же свою стратегию на случай, если массы ответят отказом на предложение о строительстве комбината.

Промышленники и банкиры. Вы приехали в небольшой красивый город, чтобы построить полиграфический комбинат на месте молочного комбината. В городе все тихо, спокойно. Прекрасная природа, чистый воздух, прозрачная вода, т. е. экология по всем показателям на высшем уровне. Люди на жизнь не жалуются: народ в основном занят на молочном комбинате, кормят сами себя, продают свою продукцию в соседние города, где она пользуется большим спросом как наиболее экологически чистая и относительно не дорогая. Прогресс сильно их не затронул, преступность не беспокоит, они живут спокойной размеренной жизнью. На строительство комбината у Вас есть ряд причин:

1. строительство данного комбината именно в этом городе обойдется вам гораздо дешевле, чем в других городах.

2. Вы рассчитываете на дешевую рабочую силу, а также низкую текучесть кадров.

3. Продукция, планируемая к выпуску на данном предприятии, будет гораздо дешевле (из-за снижения затрат на рекламу, строительство и рабочую силу) и качественнее (новая

техника), чем на других аналогичных комбинатах, т. е. конкурентоспособнее.

4. Комбинат должен принести вам огромные прибыли.

Ваша задача — убедить городскую управу дать согласие на строительство (придумайте, какие условия Вы им сможете предложить). Для этого надо установить контакт с массами и добиться их согласия, но само главное и самое трудное — достигнуть соглашения с обществом защиты окружающей среды: ведь строительство и эксплуатация полиграфического комбината таких размеров нанесут ущерб экологии данного города.

Массы. Вы являетесь жителями небольшого провинциального городка. В городе все тихо, спокойно. Прекрасная природа, чистый воздух, прозрачная вода, т. е. экология по всем показателям на высшем уровне. Вы на жизнь не жалуетесь: народ в основном занят на молочном комбинате, кормите сами себя, продаете свою продукцию в соседние города, где она пользуется большим спросом как наиболее экологически чистая и относительно не дорогая. Прогресс сильно Вас не затронул, преступность не беспокоит, Вы живете спокойной размеренной жизнью. Однажды в ваш город приезжают богатые промышленники и банкиры. Они предлагают построить на месте молочного комбината полиграфическое предприятие. Ваша задача — сказать да или нет строительству комбината в зависимости от того, хотите ли Вы менять свою жизнь или нет. Строительство полиграфического комбината даст большое количество рабочих мест, а также множество социальных преимуществ для работников комбината (отдых, социальное и медицинское страхование...) Но помните, полиграфический комбинат полностью перевернет вашу жизнь (уже не будет того уюта и спокойствия, как в прежние времена), а также резко ухудшит экологическую обстановку в вашем городе. Прежде чем ответить взвесьте все за и против. От вашего решения зависит решение городской управы и ход переговоров. Не забывайте о вреде, который может принести строительство полиграфического комбината (не обязательно отравление атмосферы вредными веществами, это может быть: вырубка лесов, со-

кращение площади пастбищ и пахотных земель), а также Вы лишитесь молочного комбината.

Общество по охране окружающей среды. Вы всегда присутствуете при каком - либо строительстве, так как именно Вы даете разрешение на рубку деревьев и т. д. В данной ситуации Вы точно знаете, что этот гигантский полиграфический комбинат принесет вред экологии вашего города. Ваша задача — добиться от чиновников отказа от строительства комбината, если массы согласятся на строительство, постарайтесь переубедить их и склонить на свою сторону. Вы можете использовать любые методы, кроме тех, которые противоречат законодательству. Вы должны постараться убедить всех в своей правоте словами, а не прямыми угрозами демонстрацией и акцией протеста. Хотя, если Вы окажетесь в трудном положении, то совершенно спокойно можете воспользоваться и этими методами.

Практическое занятие № 15

Деловая игра. Национальные особенности делового этикета. Переговоры с иностранцами

Цель – приобретение знаний в области национальных особенностей делового этикета, навыков деловых переговоров с иностранцами и умений ведения сложных конфликтных дискуссий.

Методические указания по проведению деловой игры

Общие положения. Японские ученые разработали новейшую систему спутникового видеонаблюдения и программное обеспечение к ней. Американцы, как народ, желающий все обо всех знать, захотели заполучить эту инновационную систему, и вот они встретились на нейтральной территории — в Москве, с целью провести переговоры и заключить сделку.

Порядок проведения игры. Необходимо разбить группу на две команды (делегации) и смоделировать деловые переговоры с учетом всех национальных и бизнес - особенностей потенци-

альных партнеров. Также необходимо сформировать оценивающую (экспертную) комиссию из 3–5 человек.

Регламент игры. Оглашение правил игры — 5 мин.

Формирование делегаций и раздача материала — 5 мин.

Подготовка к переговорам — 25 мин.

Переговоры — 20 мин.

Обсуждение и анализ игры — 10 мин.

Общее время — 70 мин.

Ситуация для анализа

Американская делегация

Предыстория. Вы очень заинтересованы в покупке новой японской системы спутникового видеонаблюдения для осуществления тотального контроля над соседствующими государствами с целью печатать в желтых газетенках о них различные сплетни (но эта цель — тайная, ее нельзя разглашать). Задача на этом этапе — разработать официальную версию того, почему вам нужно это оборудование.

Активы: у Вас есть замечательная команда из бизнесменов - переговорщиков; ваша страна располагает 20 млн еВРО на покупку данной системы (эта цена критическая, ваша задача ни в коем случае не допустить такой высокой цены, всяческими способами нужно сбить цену); у вашей страны есть плацдарм в виде суперзасекреченного и оснащенного последними словами техники городка для дальнейшего развития этой системы.

Цель участников: достичь взаимовыгодного соглашения с японской делегацией путем проведения переговоров.

Это в себя включает:

- разработку стратегии ведения переговоров: написание речи, выбор спикера, выступление с речью (не забывайте, что Вы американцы — очень демократичный, энергичный, дружелюбный и импульсивный народ, учтите это при составлении речи и самом выступлении);

- добиться максимально низкой цены за эту систему (не забывайте 20 млн. евро — это ваш потолок, и правительство не погладит Вас по головке, если Вы потратите все деньги);

- попытаться не испортить дипломатические отношения с японской делегацией, и достичь соглашения мирным путем;

- подготовить речь, выбрать спикера и провести переговоры с китайской делегацией; если согласие будет достигнуто, обменяйтесь рукопожатиями с другой делегацией. Помните, что Вы очень дружелюбны и предпочитаете общение на близкой дистанции.

К сведению...! Американцы полны оптимизма, энергии, открыто проявляют дружелюбие, ценят юмор и остроумие, умеют создавать на переговорах не слишком официальную обстановку. Пожалуй, главная черта американского стиля переговоров — профессионализм. Как правило, все члены американской делегации компетентны в вопросах, по которым ведутся переговоры. По этой причине даже рядовые члены делегации относительно самостоятельны в принятии решений. Американцы настойчивы в достижении своих целей, любят поторговаться. Деловые люди из США темпераментом похожи на русских. Они любят сразу брать «быка за рога», часто проявляют наступательное и конфронтационное поведение. Нередко они проявляют эгоцентризм, измеряют партнера «на свой аршин», в результате чего возможно возникновение непонимания между партнерами. Их стиль переговоров похож на шахматный блицтурнир, требующий тщательной подготовки и отличной физической формы. В Америке теории ведения переговоров уделяется самое серьезное внимание. с американцами вести переговоры легко, поскольку они более демократичны. С принятием решения лучше поспешить. В отличие от Японии деловые круги США четко следуют поговорке «Время — деньги». Поэтому от сделки, которая, на их взгляд, проходит слишком медленно, они могут вовсе отказаться, считая, что люди, не умеющие быстро принимать решения, будут замедлять и дальнейшую совместную работу. Для американцев прямой разговор — показатель честности и власти, тогда как разговор намеками ассоциируется с нечестностью и неуверенностью.

Японская делегация

Предыстория. Вы очень заинтересованы в том, чтобы американцы купили у Вас новую японскую систему спутникового видеонаблюдения как можно дороже. так же, в силу вашей любопытности, Вы должны каким-нибудь образом узнать, почему американцы так хотят купить у Вас эту систему. И, конечно же, ради получения этой информации Вы готовы почти на все! Задача на этом этапе — выяснить, зачем американцам это оборудование и набить цену.

Активы: есть вероятность, что французы предложат вам более выгодную сделку, но тогда как Вы скажете об этом американцам? Ведь так еще сложнее будет узнать, почему они так хотят систему.

Цель участников: достичь взаимовыгодного соглашения с американской делегацией путем проведения переговоров.

К сведению...! Согласно внутренним источникам торгового департамента США, на каждый случай успешного завершения японо-американских переговоров приходится двадцать пять, закончившихся неудачей. Причем порой причиной отказа может послужить, на первый взгляд, мелочь. Например, то, что во время переговоров члены иностранной делегации свободно откинулись на спинку стула или забросили ногу на ногу. Очень не нравится японцам и манера европейцев заглядывать друг другу в глаза во время беседы, пытаюсь уловить реакцию на свои слова. сами японцы всегда смотрят в сторону или вниз, избегая встречи «глаза в глаза». Приступать к сути переговоров сразу после знакомства не принято. сначала нужно поговорить о погоде, о средствах массовой информации, о последних тенденциях на рынке. При этом критических высказываний в адрес своего или японского правительства быть не должно, — это нарушение этикета. В процессе ведения переговоров с японцами, их партнерам следует набраться большого терпения и тщательно проработать все детали. Переговоры с японцами напоминают марафон, в ходе которого как рентгеном высвечиваются все слабые места и недоработки партнеров. Они убеждены, что успех любой договоренности прямо

зависит от количества часов, затраченных на детальное рассмотрение существа вопроса. При переговорах с японцами нужно быть готовым к длинным паузам, которые устраиваются, чтобы исключить малейшую угрозу расхождения мнений в своем кругу. Если японцев встречают с ярко выраженной уступкой, они вероятнее всего отвечают тем же. Зато угрозы дают прямо противоположный эффект. Между тем японская сторона не прочь пригрозить партнеру, в особенности, если чувствует его слабость. Японцев бывает очень трудно склонить к пересмотру своей позиции, либо к изменению тактики ведения переговоров. В японской этике молчание ценится больше, чем речь, и считается, что мысли лучше передаются собеседнику без их точной артикуляции. Для японца характерно оставить предложение недоговоренным. японцы не терпят фамильярности, нарочито громкой речи, неестественного хохота. Фамильярный дружеский удар по плечу почти парализует их, вынуждает замкнуться и вызывает устойчивую подозрительную неприязнь.

Практическое занятие № 16

Деловая игра. Проведение эффективной дискуссии

Цель игры - научиться коротко, аргументировано, четко и убедительно излагать точку зрения на поставленный вопрос, даже если участник с ней внутренне не согласен; цель игры - не победа в споре, а красивая, корректная и яркая дискуссия с активным участием всех студентов.

Процедура проведения занятия:

- деление учебной группы на 6 рабочих команд;
- получение темы дискуссии и точки зрения («за» или «против»);
- получение рабочими командами списка аргументов;
- обсуждение точек зрения в рабочих группах; дополнение предложенных аргументов (примеры, цитаты, анекдоты).
- задача каждого из участников - быть готовым ответить любому оппоненту, раскрыть любой из аргументов.

- дискуссия между первой парой команд (после выступления первого игрока из первой команды выступает его оппонент из второй команды и далее без перерыва последовательно выступают все игроки, таким образом, достигается непосредственное участие всех студентов в дискуссии);

- участники других команд являются экспертами и оценивают работу рабочих групп; примером может быть следующая шкала оценок: 0 — ответ не прозвучал; 1 — ответ был неубедителен, неярок, не по теме; 2 — ответ был по теме, но не было уверенности, было промедление; 3 — ответ полностью соответствовал теме игры;

- также может быть использована система штрафов и бонусов (0,5 и 1) за слова паразиты и яркость выступления соответственно;

- по аналогии проводится дискуссия между второй и третьей парами команд;

- подведение итогов: победителем становится команда, у которой больше сумма очков по всем игрокам.

Материал для анализа
«Вред курения» (курить)

1. Успокаивает нервы.
2. снимает напряжение, приятно.
3. Во всех фильмах женщины и мужчины курят, это элегантно, красиво, эротично. Для мужчин это символ мужественности.
4. Эта привычка не вреднее, чем пить кофе по утрам. Весь вред здоровью придуман, он лишь на психологическом уровне, миллионы пожилых людей курят еще с военного детства и прекрасно себя чувствуют.
5. Загар тоже вызывает рак кожи, но все загорают.

«Вред курения» (не курить)

1. Вред для здоровья.
2. Как это может быть приятно: запах табака, «целовать курящую женщину все равно, что облизывать пепельницу».
3. Мужчина, который не может бросить курить, слаб.

4. Это вредная привычка, от которой необходимо избавиться.

5. А как же вред легким, сердечные заболевания, о которых предупреждает Минздрав.

«Dress - code на работе» (плюсы)

- ⊕ следование четким стандартам;
- ⊕ дисциплина;
- ⊕ выстраивание сотрудников в один уровень;
- ⊕ презентабельный вид сотрудников перед клиентами;
- ⊕ единый стиль, имидж компании;
- ⊕ dress - code предполагает опрятный, аккуратный, ухоженный вид;
- ⊕ предполагаемые в dress - code free - day (обычно пятница) снимают напряжение и дают возможность одеться в своем стиле;
- ⊕ специфические элементы одежды (поддерживающие бренд компании) обязывают вести себя соответствующим образом и являются дополнительной рекламой.

«Dress - code на работе» (минусы)

- ⊖ потеря индивидуальности;
- ⊖ подчеркнутая официальность;
- ⊖ серость;
- ⊖ отсутствие возможности проявить себя особенно трудно для женщин;
- ⊖ зажатость людей, неудобство в одежде (колготки в жару, галстуки) мешают работе, особенно творческой;
- ⊖ если подчиненный одет как руководитель, ему это приятно; а вот руководителю вряд ли;
- ⊖ многие люди работают для того, чтобы была видна разница в доходах, а здесь это затруднено;
- ⊖ такой стиль в рабочее время неудобен (шпильки, специфические цвета одежды);
- ⊖ постоянный официальный стиль утомляет и надоедает;

⊖ по опыту западных стран в свободные дни (пятница) сотрудники расслабляются полностью, приходят на работу в спортивных костюмах, непричесанные, девушки ненакрашенные;

⊖ ограничение в поведении, отсутствие свободы.

«Корпоративные, совместные выезды (отдых)» (плюсы)

⊕ создание корпоративной культуры;

⊕ поддержание имиджа компании;

⊕ информационный повод для рекламы;

⊕ создание команды, общение сотрудников в неформальной обстановке;

⊕ легкое вливание новичков в коллектив;

⊕ тесное общение работников разного уровня, демократизация;

⊕ на подобное мероприятие можно приглашать клиентов или партнеров;

⊕ решение нерабочих вопросов в неформальной обстановке.

«Корпоративные, совместные выезды (отдых)» (минусы)

⊖ отрыв работников от работы с потерей дня, или потеря выходных;

⊖ денежные затраты;

⊖ необходимость в организации мероприятия (также отрыв от своей прямой деятельности);

⊖ принудительный характер посещения данного мероприятия;

⊖ если нет возможности пригласить всю компанию, происходит дифференциация сотрудников;

⊖ может возникнуть потеря авторитета руководства в связи с сокращением дистанции;

⊖ сложность выбора проведения выходных с семьей или с фирмой;

⊖ резкое прекращение подобных регулярных мероприятий выдает трудности на фирме, в том числе и финансовые;

⊖ расслабленность в неформальной обстановке может привести к возникновению личных (конфликтных или романтических) отношений на работе;

⊖ возможность дробления коллектива на малые группы.

Практическое занятие № 17

Тематическая дискуссия. Использование ситуационного подхода к решению личных и профессиональных проблем

Цель занятия - научиться понимать конкретную проблемную ситуацию, формулировать проблему, определять причины проблемы и обосновывать варианты ее решения.

Ситуация для анализа

Вкусно или красиво?

Константин учился в Академии туризма на экономическом факультете и радовался тому, что еще год назад удалось перевестись на вечернее отделение, что позволило найти работу в одной из туристических фирм помощником менеджера. В его обязанности входило отвечать на звонки клиентов, разбирать почту, иногда его посылали в другие туристические фирмы с разными поручениями. Работа его вполне устраивала, так как была перспектива роста, зарплата вполне устраивала, атмосфера в коллективе доброжелательная.

Константин окончил академию, его родители были счастливы. Его старший брат не оправдал их надежд; не получив высшего образования, он работал «челночником», возя товары из Турции. Однажды школьный друг Константина Степан предложил ему подработать вместо него охранником в одном развлекательном комплексе, учредителями которого были иностранные граждане. Степан не хотел потерять это место, но ему нужно было срочно уехать, поэтому и попросил друга его выручить. Работа не пыльная и посменная, зарплата в валюте и приличная. На семейном совете родители не препятствовали, но и не были в восторге от данного предложения. Они не хотели, чтобы их сын был охранником. Но Константин настоял на

своем решении. Он сразу приглянулся руководству развлекательного комплекса, так как был спортивной комплекции, четко выполнял свои обязанности, знал иностранный язык, что немаловажно, так как комплекс часто посещали иностранцы.

Доллар США продолжал расти, а зарплата на основной работе Константина (туристической фирме) оставалась прежняя. И хотя он проработал в этой фирме около двух лет, он оставался помощником менеджера.

Вернулся Степан, и Константин должен был завершить свою работу в развлекательном комплексе. Руководство развлекательного комплекса было довольно его работой. Он был коммуникабельным, ответственным, умело общался с клиентами, знал иностранный язык, имел высшее образование, хорошие спортивные данные. Ему предложили должность заместителя начальника все той же охраны, но с дневным графиком работы, с зарплатой, в несколько раз превышающей ту, что он получал, работая за Степана, и все в той же валюте. Константин пообещал дать ответ через несколько дней.

Методические указания для анализа ситуации

В процессе анализа конкретной ситуации необходимо придерживаться следующей структуры:

1. формулировка проблемы: необходимо четко сформулировать проблему в сложившейся ситуации,

2. характеристика главных героев: описание участников ситуации,

3. альтернативные варианты решения: необходимо разработать как можно больше альтернативных решений (минимум три альтернативных решения), при этом указать плюсы и минусы (минимум два-три) каждого из них, тогда вероятность выбора правильного решения будет максимальной. Большое количество положительных и отрицательных факторов, характеризующих каждый вариант альтернативы, также способствуют эффективности выбора соответствующего решения. Плюсы и минусы по каждой альтернативе можно представить в таблице.

4. рекомендации или план действий должны содержать основное направление выхода из сложившейся ситуации, которое должно быть аргументировано.

5. необходимо указать, какие теоретические аспекты управления человеческими ресурсами затронуты в рассматриваемой ситуации.

Практическое занятие № 18

Тематическая дискуссия. Использование ситуационного подхода к решению этических проблем организации.

Цель занятия - научиться понимать конкретную проблемную ситуацию, формулировать проблему, определять причины проблемы и обосновывать варианты ее решения.

Ситуация для анализа Дружба или карьера?

Когда Игорь 5 лет назад пришел в издательство на должность руководителя Департамента периодики, Максим принял это достойно: не подсиживал, помогал и делом, и советом, даже прикрывал перед начальством, если Игорю надо было срочно отлучиться с работы, что в результате привело к крепкой дружбе. Препятствовать появлению Игоря в издательстве у Максима были все основания. Максим трудился в этой компании с самого ее основания: директор издательства пригласил его на должность руководителя Департамента книгоиздания 9 лет назад, предоставил полную свободу действий, так как начинать надо было с нуля. И он начал: нашел здание, собрал команду, привлек авторов, поставил распространение и сделал еще много чего для того, чтобы директор издательства мог доверять ему любые новые проекты. Появилась идея расширить деятельность издательства, выпускать периодические издания. Максим не сомневался, что этот проект поручат ему, но директор пригласил на это место Игоря. А расстроенному Максиму сказал, что он также безоговорочно доверяет ему, как и раньше, и уверен в нем как в профессионале своего дела, но изда-

ние периодики имеет свои нюансы, отличные от книгоиздания, и что новый сотрудник Игорь, специализирующийся в этой области не один год, быстро и хорошо справится с задачей. Так планам Максима не суждено было сбыться — полностью вести деятельность издательства, теперь он делил ее с Игорем: Максим занимался книгоизданием, Игорь выпускал периодику.

Теперь пришло время Игорю отблагодарить Максима за порядочность и честность. Два дня назад директор издательства пригласил Игоря к себе и предложил занять место Максима, который последнее время часто болеет, вот и сейчас опять на больничном, и вообще, по мнению директора издательства, Максим «выдохся». А Игорь сотрудник перспективный, с огромным потенциалом и легко совместит работу по двум основным направлениям издательства. А какие горизонты открываются перед Игорем с таким опытом работы? Разумеется, и финансовые условия работы будут иными. А что до Максима, то его надо уволить или же Игорь может подыскать ему работу в издательстве под своим началом. Время шло, и Игорю надо было принимать решение: торопил директор издательства. Но какое? Разве мог он так поступить с Максимом, который безоговорочно его принял в свое время, а не избавился от него, а ведь легко мог это сделать: в делах своего издательства ему не было равных, а коллектив был всегда на его стороне. В то же время Игорь давно стремился подняться по карьерной лестнице, да и финансовое положение его не устраивало. Да и нет в бизнесе такого понятия, как дружба. И кто не перешагивал через людей на пути к своей цели?

Методические указания для анализа ситуации

В процессе анализа конкретной ситуации необходимо придерживаться следующей структуры:

1. формулировка проблемы: необходимо четко сформулировать проблему в сложившейся ситуации,
2. характеристика главных героев: описание участников ситуации,

3. альтернативные варианты решения: необходимо разработать как можно больше альтернативных решений (минимум три альтернативных решения), при этом указать плюсы и минусы (минимум два-три) каждого из них, тогда вероятность выбора правильного решения будет максимальной. Большое количество положительных и отрицательных факторов, характеризующих каждый вариант альтернативы, также способствуют эффективности выбора соответствующего решения. Плюсы и минусы по каждой альтернативе можно представить в таблице.

4. рекомендации или план действий должны содержать основное направление выхода из сложившейся ситуации, которое должно быть аргументировано.

5. необходимо указать, какие теоретические аспекты управления человеческими ресурсами затронуты в рассматриваемой ситуации.

3. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА

Общие положения по выполнению самостоятельной работы

Рабочей программой дисциплины «Профессиональная этика и служебный этикет» предусмотрена самостоятельная работа студентов. Виды самостоятельной работы:

1. подготовка к лекциям и самостоятельная проработка материала;
2. подготовка к практическим занятиям
3. самоподготовка к промежуточной и итоговой проверке знаний;
4. выполнения домашних заданий.

3.1. Подготовка к лекциям и самостоятельная проработка материала является обязательным видом самостоятельной работы и предполагает предварительное ознакомление студента с вопросами предстоящей лекции с целью наиболее эффективного усвоения материала. Особое внимание следует уделить вопросам, выносимым на самостоятельное изучение.

3.2. Подготовка к практическим занятиям заключается в выполнении определенных заданий к каждому практическому занятию. Выполнение заданий в качестве подготовки к практическим занятиям является обязательным и оценивается преподавателем как элемент общей успеваемости студента.

3.3. Самоподготовка к промежуточной и итоговой проверке знаний предполагает самостоятельную проработку материала, опираясь на содержание лекций и практических занятий, вопросы, выносимые на самостоятельное изучение. Промежуточная аттестация предполагает проведение коллоквиумов, на которые выносятся основные вопросы пройденного материала, а также микроситуации, связанные с решением управленческих задач, связанных с проблемами профессиональной этике и служебного этикета.

Студент допускается к итоговой аттестации (зачету) на основании посещения лекций и практических занятий, а также выполнения домашних заданий. В случае неудовлетворитель-

ной текущей успеваемости студент не допускается до итоговой аттестации до тех пор, пока не отчитается по всем установленным контрольным точкам: конспекты лекций и вопросов самостоятельного изучения, отчеты по практическим занятиям и домашним заданиям.

В том случае, если студент по текущей успеваемости набирает не менее 45 баллов, то получает зачет автоматически. На зачет выносятся основные вопросы, изучаемые в течение семестра. Зачет предполагает проведение итогового тестирования, положительный результат которого позволяет студенту получить зачет.

3.4. Выполнение индивидуальных домашних заданий является обязательным элементом процесса обучения; без сдачи отчета по домашним заданиям студент не допускается к итоговой аттестации. Рабочей программой дисциплины предусматривается выполнение следующих домашних заданий:

1. подготовка и презентация реферата;
2. написание эссе.

Домашние задания оформляются как индивидуальный отчет студента, на листах формата А4 в соответствии с требованиями нормоконтроля ВГТУ. Наличие титульного листа обязательно. Правилами учебного процесса определяется график выполнения и сдачи домашних заданий. Домашние задания сдаются на проверку преподавателю заранее с тем, чтобы проверить работу. В назначенный день защиты студент приходит на консультацию, отвечает на вопросы преподавателя и получает соответствующий балл по результатам выполнения и защиты домашней работы. В случае неявки студента без уважительной причины домашняя работа не принимается, студент получает 0 баллов. Преподаватель имеет право снижать установленные за домашнюю работу баллы, если обнаружит ошибки и несоответствие требованиям.

Методические указания по выполнению индивидуального домашнего задания № 1

Подготовка и презентация реферата

Целью написания реферата является изучение одной из актуальных проблем профессиональной этики и служебного этикета в настоящее время и определение направлений ее решения.

Реферат представляет собой теоретическое исследование студента по выбранной теме (направлению). Тема реферата может быть выбрана студентом самостоятельно (по желанию), по номеру в списке группы или по заданию преподавателя. Реферат должен содержать основные понятия и классификации, точки зрения разных авторов относительно рассматриваемой проблемы, критический анализ имеющихся подходов и мнений. В реферате также должна быть отражена точка зрения студента по проблемным аспектам рассматриваемой темы.

Рекомендуемая структура реферата:

- 1) титульный лист,
- 2) лист замечаний рецензента,
- 3) содержание,
- 4) введение,
- 5) основная часть,
- 6) заключение,
- 7) список литературы,
- 8) приложения (при необходимости).

Титульный лист является первой страницей контрольной работы. Второй страницей реферата является лист замечаний рецензента, который представляет собой дополнительный (пустой) лист, предназначенный для замечаний руководителя в процессе проверки реферата. В содержании указываются все заголовки основной части работы с номерами страниц, с которых они начинаются. Заголовки содержания должны точно повторять заголовки в тексте реферата.

Основная часть реферата должна содержать не менее 2 разделов, раскрывающих содержание темы.

Список литературы должен содержать только те источники, которые действительно были использованы в процессе выполнения контрольной работы. Список литературы должен содержать не менее 5 источников последних трех-пяти лет, включая периодическую печать и сайты Интернет.

Приложения приводятся при необходимости и содержат дополнительные и вспомогательные материалы, иллюстрирующие текст основной части реферата (схемы, рисунки, таблицы).

Объем реферата должен составлять не менее 15 страниц.

Обязательно наличие всех разделов реферата: титульного листа, листа замечаний рецензента, введения, основной части (не менее двух разделов), заключения, списка литературы.

Реферат должен быть оформлен в соответствии с требованиями нормоконтроля ВГТУ, которые приведены на сайте университета.

По содержанию реферата студент должен подготовить презентацию (Power point) - не менее 10 слайдов, отражающих основное содержание реферата.

По результатам выполнения индивидуального домашнего задания 1 может быть организован семинар (практическое занятие) «Актуальные проблемы профессиональной этики и служебного этикета».

Для защиты индивидуального домашнего задания 1 студент должен свободно владеть материалом и отвечать на вопросы преподавателя (аудитории).

Критерии оценки реферата:

1. оформление (соответствие требованиям ГОСТ) – см. сайт ВГТУ
2. наличие не менее 5 источников (включая научную литературу, периодические издания, ресурсы сети Интернет);
3. описание и характеристика выбранной проблемы профессиональной этики и служебного этикета;
4. знание материала и грамотная речь в процессе ответов на вопросы и изложения основных положений реферата.

Тематика рефератов

1. Принципы служебной этики руководителя.
2. Этика поведения в бизнесе. Руководитель и эффективные коммуникации.
3. Эффективные способы разрешения конфликтов в организации.
4. Этика деловых переговоров.
5. Этика группового общения.
6. Речевая культура и этика невербальных коммуникаций
7. Культура и этика проведения тестирования работников.
8. Понятия «этика» и «культура управления»: общее и различия.
9. Особенности культур управления разных стран.
10. Культура поведения руководителя и исполнителя.
11. Речевой этикет в деловом общении: культура устной речи.
12. Культура письменной речи и административный деловой этикет.
13. Невербальные средства общения и деловой этикет.
14. Происхождение и сущность профессиональной этики.
15. Виды профессиональной этики, их особенности.
16. Классификация этических кодексов.
17. Служебная этика как вид профессиональной этики.
18. Сущность этических принципов как одной из форм общественного сознания и выражения требований общества.
19. Понятие «корпоративная этика» и социальные основы ее формирования.
20. Принципы современного этикета.
21. Особенности внешнего вида мужчин и женщин в деловой среде
22. Правила речевого поведения в деловом общении.
23. Официально-деловой стиль речи.
24. Правила официальной переписки.
25. Визитная карточка, ее оформление и правила использования.

26. Культура делового спора.
27. Этика и этикет служебного телефонного разговора.
28. Стиль и культура деловых переговоров.
29. Виды деловых встреч: неофициальная деловая встреча, официальная деловая встреча, собеседование с кандидатом на вакантную должность.
30. Профессиональные кодексы как способы закрепления стандартов профессионального поведения
31. Характеристика профессиональных деформаций в системе внутригрупповых отношений и нравов (бюрократизм; взяточничество; потребительство; тунеядство; праздность).
32. Нравственный пример и культура управления
33. Культура деловых споров и дискуссий.
34. Организация приемов и презентаций
35. Деловой подарок

Методические указания по выполнению индивидуального домашнего задания № 2

Написание эссе

Эссе представляет краткий очерк, позволяющий соединить научный подход к решению поставленной задачи и практические знания, которые студент приобретает в процессе обучения. Главным в написании эссе является краткое изложение точки зрения автора эссе в понимании проблемы, формулировка взгляда на проблему, предложения или программа шагов, позволяющих решить, поставленную проблему. При этом в эссе не должно быть критического обзора разных точек зрения относительно рассматриваемой проблемы, но можно использовать аргументы специалистов для подтверждения своей точки зрения.

В эссе могут быть представлены анализ аналогий и рекомендации на основе изученных образцов ситуаций. В эссе, в сжатой форме, должна найти отражение точка зрения студента, а также рекомендации по использованию полученных знаний в области менеджмента для решения поставленной проблемы – задания (тема эссе). В эссе необходимо обозначить

методы и подходы, которыми следует воспользоваться для решения обозначенной в задании проблемы. Возможно приведение примеров и аналогий из научной литературы и публикаций, практический опыт, примеры конкретных предприятий. Обоснование применения того или иного метода, подхода, теоретической концепции, эффективность ее использования в результате применения.

В обязательном порядке эссе должно содержать ссылки на источники, использованные в процессе написания работы.

При написании эссе следует придерживаться следующей логики изложения материала: формулировка проблемы, обоснование возможных причин проблемы, авторское видение проблемы и альтернативных вариантов ее решения, выводы. При этом в тексте эссе должна прослеживаться точка зрения автора. Объем эссе не должен превышать 2-3 стр. печатного текста в соответствии с требованиями нормоконтроля университета (см. сайт университета - <http://cchgeu.ru>).

Критерии оценки эссе:

- 1) оформление (соответствие требованиям ГОСТ) – см. сайт ВГТУ;
- 2) наличие не менее 3 источников (включая научную литературу, периодические издания, ресурсы сети Интернет);
- 3) представление авторской точки зрения по выбранной проблеме профессиональной этики и служебного этикета.

Тематика эссе

1. Что такое современная деловая этика?
2. Современные менеджеры о роли этики в деловых отношениях
3. Общие этические принципы и характер деловых отношений
4. Этика в управлении организацией: проблемы и решения
5. Национальные особенности деловой этики
6. Роль руководителя в создании эффективной команды
7. Эффективные коммуникации в рабочей группе
8. Этичная реклама: нужно ли это бизнесу?

9. Корпоративная социальная ответственность: нужно ли это бизнесу?

10. Может ли предприятие быть эффективным без организационной культуры?

11. Неэтичный бизнес: проблемы и пути решения

12. Зачем нужна этика современному руководителю?

13. Роль организационной культуры в повышении эффективности деятельности организации

14. Роль тайм-менеджмента в деловых коммуникациях

15. Что такое эффективные переговоры?

16. В чем секрет (успех) деловых переговоров?

17. Эффективный руководитель - это эффективная команда?

18. Влияние вербального общения на эффективность делового сотрудничества.

19. Влияние невербального общения на эффективность делового сотрудничества

20. Особенности внешних и внутренних барьеров в бизнес-сотрудничестве.

21. Восприятие и понимание в процессе коммуникаций.

22. Принципы мирового этикета и этика делового общения.

23. Принципы и характеристика российского делового этикета.

24. Особенности невербального делового и личного общения.

25. Проблема человека в этике делового общения.

26. Барьеры коммуникации и способы их преодоления.

27. Социальные роли и ролевое поведение в деловом общении

28. Роль деловой беседы в этике деловых отношений.

29. Проблемы передачи информации в процессе деловой беседы.

30. Актуальность основных понятий этики в управлении организацией

4. КОНТРОЛЬНАЯ РАБОТА

4.1. Общие положения

Контрольная работа выполняется студентом заочной формы обучения на основе самостоятельного изучения теоретических положений дисциплины с помощью специальной литературы и анализа практического состояния отдельных аспектов профессиональной этики и служебного этикета на примере конкретных предприятий, личностей и коллективов. В качестве примера может выступать предприятие, на котором работает студент, или предприятие, информация о деятельности которого приведена в периодической печати или сети Интернет.

Задания контрольной работы также могут быть использованы для проведения оценки знаний студентов очной формы обучения или в качестве отработки за пропущенные занятия.

Контрольная работа выполняется по вариантам.

Студенты заочной формы обучения получают задание на контрольную работу на установочных лекциях у преподавателя по списку группы, т.е. номер варианта соответствует порядковому номеру в списке студентов.

При выборе варианта контрольной работы также можно ориентироваться на последние цифры номера зачетной книжки.

При выполнении контрольной работы студент должен придерживаться следующей структуры:

- 1) титульный лист,
- 2) лист задания на контрольную работу,
- 3) лист замечаний рецензента,
- 4) содержание,
- 5) теоретическая часть,
- 6) практическая часть,
- 7) творческое задание,
- 8) список литературы,
- 9) приложения (при необходимости).

Титульный лист является первой страницей контрольной работы. Образец его оформления приведен в приложении 1.

Второй страницей контрольной работы является лист задания, оформление которого представлено в приложении 2.

Лист замечаний рецензента представляет собой дополнительный лист, предназначенный для замечаний руководителя в процессе проверки контрольной работы.

В содержании указываются все заголовки работы с номерами страниц, с которых они начинаются. Заголовки содержания должны точно повторять заголовки в тексте контрольной работы.

Основными разделами контрольной работы являются:

1) **теоретическая часть**: конспект теоретических вопросов по темам дисциплины (по вариантам);

2) **практическая часть**: проведение анализа проблемных ситуаций с обоснованием альтернативных вариантов решений (по вариантам);

3) **творческое задание** – проведение анализа кодекса корпоративной этики предприятия (организации) на примере ...» (произвольный выбор).

Методические указания по выполнению указанных разделов и варианты контрольной работы приведены ниже. Указанные элементы контрольной работы являются обязательными. При отсутствии хотя бы одной из частей контрольная работа не может быть зачтена.

Список литературы должен содержать только те источники, которые действительно были использованы в процессе выполнения контрольной работы. Список литературы должен содержать не менее 10 источников последних трех-пяти лет, включая периодическую печать и сайты Интернет.

Приложения приводятся при необходимости и содержат дополнительные и вспомогательные материалы, иллюстрирующие текст основной части работы. Это могут быть схемы, рисунки, таблицы, которые не нашли отражения в основной части работы.

Объем контрольной работы должен быть не менее 25 страниц машинописного текста, включать все указанные разделы.

Студенты заочной формы обучения, не сдавшие контрольную работу до начала сессии, к зачету не допускаются.

Студент должен владеть основными понятиями по теме реферата, уметь обосновать выбор варианта решения проблемной ситуации и знать основные положения кодекса корпоративной этики выбранного для анализа предприятия, т.е. должен быть готов к защите контрольной работы.

4.2. Методические указания по выполнению теоретической части контрольной работы

В целях наиболее подробного изучения материала дисциплины «Профессиональная этика и служебный этикет» теоретические задания охватывают все темы курса и сводятся к рассмотрению теоретических вопросов по каждой теме дисциплины. При этом следует иметь в виду, что материал, раскрывающий теоретические положения дисциплины, должен быть представлен в виде конспекта, т.е. включать только основные положения. Однако это не означает, что студент представляет материал поверхностно.

Теоретическая часть контрольной работы предполагает рассмотрение 7 вопросов, т.е. по одному вопросу из каждой темы курса (всего 7 тем).

Выполнение теоретических заданий обязательно должно содержать ссылки на использованную литературу, при этом должны быть указаны только те источники, которые действительно изучались при написании работы. При выполнении теоретических заданий обязательно следует указывать название темы дисциплины.

Объем теоретической части должен составлять не менее 15 страниц машинописного текста, т.е. примерно по 2-3 страницы на каждый вопрос.

Варианты задания для выполнения теоретической части контрольной работы приведены в приложении 3.

Задания для выполнения теоретической части
контрольной работы

Тема 1. Основы профессиональной этики

- 1.1. Сущность и содержание этики. Этика наука о морали
- 1.2. Особенности профессиональной этики
- 1.3. Структура деловой этики
- 1.4. Этические принципы и нормы в деловых отношениях

Тема 2. Этические основы деятельности организации

- 2.1. Этика и ответственность предприятия
- 2.2. Понятие и виды имиджа предприятия
- 2.3. Характеристика этических проблем организации
- 2.4. Понятие и элементы организационной культуры

Тема 3. Деловые коммуникации в организации

- 3.1. Роль коммуникаций в организации
- 3.2. Межличностные и организационные коммуникации
- 3.3. Вербальный и невербальный язык коммуникаций
- 3.4. Характеристика культуры речи, речевой этикет

Тема 4. Этика делового общения

- 4.1. Понятие делового общения
- 4.2. Виды и жанры делового общения
- 4.3. Формирование коммуникативной компетентности менеджера
- 4.4. Управленческая этика: этика взаимодействия руководителя и подчиненного

Тема 5. Характеристика жанров делового общения

- 5.1. Проведение деловой беседы, совещания
- 5.2. Проведение деловых переговоров
- 5.3. Подготовка и проведение деловой презентации
- 5.4. Основы деловой переписки

Тема 6. Основы делового этикета

- 6.1. Понятие и виды этикета
- 6.2. Приветствия и представления
- 6.3. Поведение в общественных местах

6.4. Особенности международного этикета

Тема 7. Формирование имиджа делового человека

7.1. Характеристика технологий формирования имиджа

7.2. Уверенность в себе и позитивный настрой как факторы формирования имиджа

7.3. Понятие и характеристика стиля делового человека

7.4. Имидж деловой женщины

4.3. Методические указания по выполнению практической части контрольной работы

Практическая часть контрольной работы заключается в рассмотрении конкретных ситуаций, связанных с решением проблем профессиональной этики и служебного этикета. Студенту необходимо проанализировать проблемную ситуацию, охарактеризовать альтернативные варианты решения (не менее трех вариантов), приведенные в конце ситуации, обосновать выбор одного из вариантов и/или предложить свой вариант, как требует задание конкретной ситуации.

В практической части должен быть представлен анализ двух ситуаций в соответствии с вариантом выполнения контрольной работы. Номер ситуации соответствует номеру варианта.

Варианты задания для выполнения практической части контрольной работы приведены в приложении 4.

Обоснование ситуации практической части контрольной работы должно составлять не менее 2 страниц.

Задания для выполнения практической части контрольной работы (проблемные ситуации)

Ситуация 1. Патриотизм – важное нравственное качество. Как вы думаете, быть патриотом – это:

- гордиться символикой своей страны;
- считать все своё лучшим, чем заграничное;
- вести счёт боевым победам своего государства;
- любить свой народ;
- “раньше думать о Родине, а потом о себе”

Обоснуйте свой ответ.

Ситуация 2. Если всё можно измерить деньгами, то какую, по-Вашему мнению, сумму Вы заплатили бы обиженному /или пожертвовали на благотворительность/, чтобы избавиться от чувства вины за:

- нарушенное обещание в бизнесе;
- ложь, приведшую к потере бизнеса другого человека;
- прежнее невнимание к матери, которая умерла;
- беспричинную грубость с зависящим от вас сотрудником.

Обоснуйте свой ответ.

Ситуация 3. На упадок нравственности сейчас жалуются очень сильно. В чем он, по-вашему, выражается в наибольшей степени:

- в озлобленности людей друг против друга;
- в разобщении по политическим и идейным мотивам в среде друзей, в семье, на работе;
- в эгоизме /"каждый сам за себя"/;
- в росте преступности;
- в утрате идеалов и ценностной дезориентации;
- в исчезновении элементарной культуры поведения;
- в том, что прервалась связь поколений;
- в распространении порнографии.

Обоснуйте свой ответ.

Ситуация 4. “Золотое правило нравственности” гласит: чего себе не желаешь, того другим не делай. Примените его в различных ситуациях:

- два предпринимателя спорят по поводу торговой сделки;
- старый человек нуждается в помощи молодого;
- вор крадёт имущество разбогатевшего нечестным путем;
- голодный крадёт кусок хлеба;
- подружки /друзья/ “перемывают косточки” знакомым;
- гражданин отказывается от несения воинской службы.

Универсально ли “золотое правило”? Достаточно ли одного правила на все случаи жизни?

Ситуация 5. Насилие безнравственно в этическом плане. Но на практике часто приходится его применять. Определите, в каком случае приходится его применять Вам, если потребуется:

- для обуздания преступности;
- для проведения полезных реформ;
- для завоевания и удержания власти;
- для отпора внешнему врагу;
- в целях воспитания;
- в целях бизнеса.

Ситуация 6. Примените единую нравственную норму “Уважай старших” в различных обстоятельствах:

- в пригородном автобусе, где у вас билет с местом, а у пожилого человека – без места;
- старший уважаемый сотрудник просит отказаться от выходного и помочь ему с отчетом;
- начальник в беседе высказывает заведомо неверное мнение;
- преподаватель обещал автоматический зачет, а теперь отказывается от своих слов;

Напишите свой вариант ответа.

Ситуация 7. Добро многообразно. Поищите разные варианты “доброго поведения” в таких ситуациях:

- Ваш начальник несправедливо сердится;
- Ваш приятель в компании беззастенчиво врет.

Напишите свои варианты поведения.

Ситуация 8. Заповедь “не сделай себе кумира” первоначально была направлена против языческих идолов. А в чем нравственный вред любых кумиров? И не кумир ли сам Христос? Обоснуйте свой ответ.

Ситуация 9. Записано: “Не убивай”. На кого, по вашему мнению, не распространяется эта норма:

- на комаров;
- на всех животных;

- на инопланетян;
- на врагов Отечества;
- на моих личных убийц.

Обоснуйте свой ответ.

Ситуация 10. Надеемся, Вы поддерживаете принцип “не убивай”. Исходя из каких мотивов нельзя убивать:

- потому что попадешь в тюрьму;
- потому что в ответ могут убить меня;
- потому что жизнь человека священна;
- потому что никакое преступление не стоит жизни;
- потому что я никого не могу воскресить.

Дайте ответ на каждое утверждение.

Ситуация 11. Записано: “не кради”. В законодательстве всех стран предусмотрены суровые кары за экономические преступления. Означает ли это, что в данных случаях выдерживается нравственная норма “не кради” и возможна ли данная норма в сфере бизнеса? Обоснуйте свой ответ.

Ситуация 12. Если украл “по необходимости”, попользовался и вернул, считается ли это кражей? Обоснуйте свой ответ с точки зрения нравственности.

Ситуация 13. Часто можно слышать выражение “ложь во благо”. Разделяете ли Вы эту точку зрения? Как это можно соотносить с заповедью “не произноси ложного свидетельства...”

Обоснуйте свой ответ.

Ситуация 14. Есть выражение “резать правду-матку” и “говорить всю правду в глаза”. Но известно, что такая правда часто бывает оскорбительной. Как сочетать правдивость и деликатность? Какая норма кажется вам наиболее важной? Обоснуйте свой ответ.

Ситуация 15. Запрет на ложь – один из самых древних в истории культуры. Какую ложь Вы осудите в большей степени:

- утверждение обратной правде;
- рассказы, не связанные с действительностью;
- утаивание части правды;
- самообман;

- ложь во спасение;
- маленькая ложь для достижения большого блага;
- ложь для удовольствия лгать.

Обоснуйте свою точку зрения.

Ситуация 16. Условием моральной свободы является моральная вменяемость. Кого бы Вы сочли морально невменяемым субъектом: маленького ребенка; человека в сильном гневе; сумасшедшего; непроходимого дурака; человека, поставленного в безвыходное положение. Обоснуйте свой ответ по каждому из предложенных вариантов.

Ситуация 17. Приведите примеры ситуаций из вашей жизни, где приведенные ниже конфликтогены вызвали конфликтную ситуацию.

- Незаслуженные и унижительные упреки.
- Негативные обобщения, «навешивание ярлыков».
- Настойчивые советы, предписания по поводу того, как другому человеку следует себя вести.
 - Указания на факты, которые не имеют отношения к теме разговора или изменить которые собеседник не в состоянии.
 - Решительное установление границ разговора, «закрытие» определенных тем для обсуждения.
 - Неуместная ирония, сарказм.
 - Ругательства, проклятия, оскорбительные высказывания, имеющие целью «выпустить пар».

4.4. Методические указания по выполнению творческого задания – Анализ кодекса корпоративной этики на примере предприятия «...»

Для подготовки анализа кодекса корпоративной этики предприятия (организации) на примере «...» необходимо изучить информацию, представленную в сети Интернет на официальных сайтах предприятий (организаций).

Кроме того, можно воспользоваться информацией периодических изданий журналов, например, «Профиль», «Эксперт», «Искусство управления», «Менеджмент в России и за

рубежом» за последние 3 года, в которых приведен обзор соответствующих положений кодекса корпоративной этики конкретного предприятия (организации). Также можно использовать книги, и монографии ведущих западных и отечественных специалистов в области менеджмента и бизнеса.

В анализе должны быть использованы фактические данные: конкретное предприятие, характер деятельности, положение на рынке, описана реальная проблемная ситуация. Ссылки на используемые источники обязательны. Завершать описание и анализ должны собственные выводы о необходимости разработки и использовании в практической деятельности предприятий кодексов корпоративной этики.

Анализ должен содержать характеристику (обзор) следующих положений:

- цель и задачи кодекса корпоративной этики; его роль и предназначение для работы предприятия (организации);

- характеристика и анализ содержания основных разделов (элементов) кодекса корпоративной этики, например: взаимоотношения руководителей и персонала с клиентами (партнерами); порядок взаимоотношений руководителей и подчиненных; деловая этика; рабочее время и его использование; равенство возможностей для всего персонала; внешний вид персонала; подарки и вознаграждения; конфликт интересов; взаимоотношения со СМИ и др.;

- какие ценности организации (предприятия) являются корпоративными; каким образом они могут быть использованы в деятельности предприятия (организации);

- какие этические нормы (принципы) являются ключевыми для сотрудников, руководства, организации в целом;

Анализ должен быть оформлен в соответствии с общими требованиями в печатном виде, содержать источники использованных публикаций (название публикации, автор, год издания, стр., или, если это ресурсы Интернет, полный адрес).

Объем анализа кодекса корпоративной этики предприятия – не менее 5 страниц.

5. ЗАДАНИЯ ДЛЯ САМОПРОВЕРКИ

5.1 Вопросы для подготовки к коллоквиуму 1

1. Понятие этики, этикета, морали и нравственности.
2. Основные виды этики (классификация, виды этического знания).
3. Понятие, предмет и содержание профессиональной этики.
4. Особенности трудовой (профессиональной) этики.
5. Понятие кодекса профессиональной этики; его основное содержание (разделы).
6. Характеристика свойств кодекса профессиональной этики.
7. Понятие деонтологии.
8. Понятие деловой этики и характеристика ее основных функций.
9. Принципы этики деловых отношений; универсальные принципы деловой этики.
10. Характеристика проблем этического характера в деловом мире.
11. Понятие деловой этики; ее структура: макро и микроэтика.
12. Социальные функции деловой этики.
13. Принципы деловой этики.
14. Система этических критериев деловых отношений.
15. Понятие и характеристика корпоративного кодекса: цель, задачи, разделы, сферы регулирования.
16. Понятие социальной и юридической ответственности предприятия.
17. Иерархия ответственности предприятия.
18. Понятие и виды имиджа.
19. Понятие и виды этикета.
20. Характеристика международных этических принципов бизнеса и российских деловых принципов.

5.2. Вопросы для подготовки к коллоквиуму 2

1. Особенности социальной и юридической ответственности бизнеса.
2. Характеристика основных этических проблем организации.

3. Характеристика имиджа делового человека.
4. Основы этичного поведения руководителя и подчиненного.
5. Понятие и элементы организационной культуры.
6. Уровни организационной культуры.
7. Особенности управления организационной культурой предприятия.
8. Роль коммуникаций в деловом этикете.
10. Понятие и виды коммуникаций.
11. Подходы к определению коммуникаций.
12. Особенности коммуникационного процесса.
13. Барьеры в деловом общении.
14. Понятие речевой культуры и речевого этикета.
15. Понятие и виды коммуникаций.
16. Понятие коммуникативной компетентности менеджера.
17. Принципы делового успеха.
18. Характеристика жанров делового общения: понятие и особенности.
19. Принципы делового этикета.
20. Элементы делового этикета.

5.3. Тесты

Инструкция. Тест с кратким регламентированным ответом. Закончите предложение.

1. Наука о морали и нравственности – это ...
2. Обмен информацией между двумя или более людьми называется...
3. Элементами коммуникационного процесса являются: отправитель ...(дополнить ответ).
4. Впечатление, производимое человеком либо предприятием, организацией на окружающих определяется как ...
5. Фундаментальное предположение относительно организационных ценностей, норм, языка, символов, ритуалов и мифов, которые придают смысл членству в организации, и они

вместе принимаются группой как руководство к ожидаемому поведению, определяется как ...

Инструкция. Выберите один правильный ответ.

6. Совокупность этических принципов и норм, которыми должна руководствоваться деятельность организаций и их членов – это:

- А. профессиональная этика;
- Б. деловая этика;
- В. универсальная этика;
- Г. деловой этикет.

7. Определенный уровень добровольного отклика предприятия на социальные проблемы определяется как:

- А. деловая этика;
- Б. социальная ответственность;
- В. моральный долг;
- Г. социальные обязательства.

8. К барьерам межличностных коммуникаций не относится:

- А. восприятие;
- Б. семантика;
- В. обмен невербальной информацией;
- Г. психологическая совместимость собеседников.

9. Перевод символов отправителя в мысли получателя в коммуникационном процессе называется:

- А. обратной связью,
- Б. слухами,
- В. декодированием,
- Г. общением.

Инструкция. Выберите два правильных ответа.

10. Согласно теории менеджмента к примерам восходящей коммуникации можно отнести... (2 варианта ответа)

- А. отчет о проведении мероприятия
- Б. объяснительную записку
- В. указания руководителя
- Г. предложение о совместных действиях.

11. Этическими проблемами предприятия являются:

- А. проблема морального выбора и морального долга;
- Б. повышение эффективности деятельности предприятия;
- В. проблема смысла профессиональной деятельности;
- Г. Снижение себестоимости продукции.

12. Основными документами, регулирующими этические аспекты деятельности предприятия, являются:

- А. кодексы профессиональной этики;
- Б. кодекс корпоративной этики;
- В. Должностные инструкции специалистов;
- Г. Положения о структурных подразделениях.

13. Видами имиджа являются:

- А. текущий
- Б. оперативный
- В. открытый
- Г. закрытый

14. Элементами имиджа делового человека являются:

- А. стиль управления;
- Б. модель принятия решений;
- В. внешний вид;
- Г. стиль общения;

15. Видами критики являются:

- А. конструктивная;
- Б. когнитивная;
- В. деструктивная;
- Г. вербальная.

16. К этическим проблемам организации относятся:

- А. унижение;
- Б. воровство;
- В. несправедливая дискриминация;
- Г. уклонение от должностных обязанностей.

Инструкция. Тест на установление последовательности.

17. Установите иерархию ответственности предприятия:

- А. этическая ответственность;
- Б. юридическая ответственность;
- В. филантропическая ответственность;
- Г. экономическая ответственность

18. Установите порядок коммуникационного процесса:

- А. кодирование и выбор канала;
- Б. декодирование;
- В. зарождение идеи;
- Г. передача.

Компетентностно-ориентированное задание на анализ

19. Видами делового общения являются _____ (перечислить не менее 3 и представить их характеристику).

Компетентностно-ориентированное задание на понимание

20. Аргументами «за» и «против» социальной ответственности бизнеса являются ... _____ (укажите не менее 3 преимуществ и не менее 3 недостатков).

Компетентностно-ориентированное задание на знание

21. Что представляет собой управленческая этика? Какие элементы к ней относятся? (укажите не менее 3).

Компетентностно-ориентированное задание на сравнение

22. Заполните таблицу. Выделите не менее 5 критериев сравнения и представьте их характеристику по каждого вида общения.

Критерии сравнения	Вербальное общение	Невербальное общение

23. Заполните таблицу. Представьте характеристику видов деловых коммуникаций (не менее 3 критериев).

Прямые деловые коммуникации	Косвенные деловые коммуникации

6. ВОПРОСЫ ДЛЯ ПОДГОТОВКИ К ЗАЧЕТУ

6.1. Теоретические вопросы

1. Понятие и предмет этики.
2. Связь этики с другими науками.
3. Виды и структура этического знания.
4. Сущность морали и ее функции.
5. Структура морали.
6. Моральное сознание и моральная практика.
7. Моральная деятельность и моральные отношения.
8. Этика как наука.
9. Профессиональная этика: понятие и особенности.
10. Понятие и виды профессиональной этики.
11. Сущность деловой этики. Базовые документы деловой этики.
12. Понятие, признаки и виды социальных норм. Их иерархичность.
13. Служебный этикет сотрудника по экономической безопасности.
14. Нравственные основы и принципы деятельности сотрудника по экономической безопасности.
15. Кодексы этики, поддерживающие моральную репутацию фирмы или организации.
16. Правила, при которых фирма (организация) считается этичной.
17. Стандартные элементы кодекса корпоративной этики.
18. Структуры и процедуры в организации или фирме, обеспечивающие этичность корпоративной культуры.
19. Нравственный конфликт в профессиональной деятельности сотрудников фирмы.
20. Этические проблемы и моральный выбор сотрудника.
21. Этические принципы и нормы в деловых отношениях.
22. Понятие социальной и юридической ответственности.
23. Формирование имиджа предприятия.
24. Управленческая этика: этика взаимодействия руководителя и подчиненного.
25. Этические проблемы организации.

26. Понятие и элементы организационной культуры.
27. Понятие и виды коммуникаций.
28. Функции коммуникаций.
29. Особенности межличностных коммуникаций и коммуникаций в организации.
30. Понятие и виды общения.
31. Понятие делового общения.
32. Виды и жанры делового общения.
33. Особенности делового общения в деятельности сотрудника по экономической безопасности.
34. Речевая культура и речевой этикет.
35. Соблюдение требований речевого этикета при ведении деловых бесед и переговоров.
36. Правила ведения деловых бесед.
37. Основные качества речи сотрудника по экономической безопасности.
38. Коммуникативная компетентность менеджера.
39. Понятие и виды этикета.
40. Приветствия и представления.
41. Поведение в общественных местах.
42. Искусство комплимента в организации.
43. Соблюдение требований служебного этикета.
44. Этические принципы кодекса деловой этики международного бизнеса.
45. Этические принципы ключевого партнерства в бизнесе.
46. Содержание и характер моральных проблем, возникающих в организациях или фирмах.
47. Соотношение норм и правил служебного этикета сотрудника по экономической безопасности с общечеловеческими принципами поведения.
48. Понятие нравственно-профессиональной деформации, ее сущность, причины возникновения и формы проявления в различных сферах общественной жизнедеятельности.

49. Причины и формы проявления нравственно-профессиональной деформации среди сотрудников по экономической безопасности.
50. Диалектика нравственного и профессионального аспектов в деформации личности сотрудников по экономической безопасности.
51. Пути и возможности преодоления нравственно-профессиональной деформации в сфере работников экономической безопасности.
52. Роль руководителя в профилактике негативных явлений среди сотрудников по экономической безопасности.
53. Нравственно-профессиональная деформация человека и проблема духовности.
54. Ответственность как этическая категория в деятельности сотрудников по экономической безопасности.

6.2. Творческие задания

Задание 1. Составьте план переговоров с преподавателем о получении зачета (Вы не посещали занятия и много пропустили), обозначив цель переговоров, собственные интересы, известную информацию, стратегии и т.д. Что будет наилучшим результатом для Вас? Что будет приемлемым результатом? Какой результат является недопустимым?

Задание 2. Составьте план переговоров с продавцом в продовольственном магазине, обозначив цель переговоров, известную информацию, стратегии и т.д. Что является предметом переговоров? Каковы Ваши интересы? Каковы возможные интересы продавца?

Задание 3. Выберите один вид продукции (товар или услугу). Запишите десять преимуществ (полезных качеств) данной продукции.

Задание 4. Сформулируйте десять открытых (ситуационных, проблемных) вопросов, которые Вы можете задать своему клиенту (в качестве примера можно использовать любой вид деятельности).

7. РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

7.1. Основная литература

1. Профессиональная этика [Электронный ресурс] : учебное пособие / Д.А. Григорьев. — Электрон. текстовые данные. — М.: Всероссийский государственный университет юстиции (РПА Минюста России), 2015. — 56 с. — 978-5-00094-100-3. — (ЭБС IPRbooks.ru) Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/43230.html>

2. Современный этикет [Электронный ресурс] / И.Н. Кузнецов. — Электрон. текстовые данные. — М. : Дашков и К, 2015. — 496 с. — 978-5-394-02380-4. — (ЭБС IPRbooks.ru) Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/10968.html>

3. Малявина Г.И. Национальный этикет [Электронный ресурс] : учебное пособие / Г.И. Малявина, В.В. Василенко, Л.Ф. Земцева. — Электрон. текстовые данные. — Ставрополь: Северо-Кавказский федеральный университет, 2015. — 194 с. — 2227-8397. — (ЭБС IPRbooks.ru) Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/62850.html>

7.2. Дополнительная литература

1. Психология и этика деловых отношений. Практикум [Электронный ресурс] : учебное пособие / С.П. Цуранова, И.М. Павлова, А.С. Вашкевич. — Электрон. текстовые данные. — Минск: Республиканский институт профессионального образования (РИПО), 2015. — 192 с. — 978-985-503-492-7. — (ЭБС IPRbooks.ru) Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/67725.html>

2. Профессиональная этика [Электронный ресурс] : учебно-методическое пособие / Т.Н. Козловская, Г.А. Епанчинцева, Л.В. Зубова. — Электрон. текстовые данные. — Оренбург: Оренбургский государственный университет, ЭБС АСВ, 2015. — 218 с. — 978-5-7410-1196-6. — (ЭБС IPRbooks.ru) Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/54147.html>

7.3. Интернет-ресурсы

1. <http://www.rumvi.com/products/ebook/%D.html> Профессиональная этика и этикет
2. <https://e-koncept.ru/2014/54653.htm> Научно-методический электронный журнал «Концепт»
3. <http://delovoi-etiket.ru/etika-v-biznese/profetika.html> - Портал «Деловой этикет»
4. <http://center-yf.ru/data/stat/etika-professionalnoy-deyatelnosti.php> Этика профессиональной деятельности
5. <https://ethics.academic.ru/> Словарь Академик
6. <http://www.presscouncil.ru/teoriya-i-praktika/knigi-i-stati/1913-professionalnaya-etika-kak-oblast-znaniya-genezis-struktura-i-osobennosti-razvitiya> Общественная коллегия
7. <https://www.gd.ru/articles/8057-professionalnaya-etika> Официальный сайт журнала «Генеральный директор»
8. <https://znaytovar.ru/new2809.html> Категории профессиональной этики
9. <http://textb.net/19/4.html> Профессиональная этика - наука о профессиональной морали
10. <https://books.google.ru/books?> Профессиональная этика и этикет делового общения
11. <https://iphras.ru/uplfile/ethics/RC/ed/kaunas/apr.html> Профессиональная, прикладная и практическая этика
12. e-executive.ru – Клуб менеджеров – профессиональное бизнес-сообщество топ-менеджеров и руководителей среднего звена
13. bescmology.ru – Бэсмология – бизнес-экономика, менеджмент
14. aur.ru – Административно-управленческий портал
15. management.aanet.ru – Библиотека менеджмента
16. iteam.ru – Портал – Технологии корпоративного управления
17. zhuk.ru – Официальный сайт журнала «Управление компанией»
18. dis.ru – Официальный сайт журнала «Менеджмент в России и за рубежом»

8. ГЛОССАРИЙ

Авторитет - это духовная власть над сознанием людей, которой обладают лица и организации в силу присущих или приписываемых им моральных достоинств.

Авторитетность - способность человека иметь определённый вес среди людей, пользоваться их признанием и уважением.

Агрессивность (враждебность) - поведение человека в отношении других людей, которое отличается стремлением причинить им неприятности, вред.

Административные навыки — способность стимулировать и руководить (направлять) людьми или группами для достижения цели или выполнения задания.

Активность - деятельное отношение человека к жизни общества, в котором он выступает как инициативный носитель и проводник норм, принципов или общества в целом, или определённой социальной группы.

Акцент – выделение, подчеркивание какой-либо мысли.

Альтруизм - черта характера, побуждающая человека бескорыстного приходить на помощь другим людям.

Альтруист – человек, готовый жертвовать ради других своими личными интересами.

Апатия - состояние эмоционального равнодушия, безразличия и без деятельности. Ассоциация - соединение, связь психических явлений друг с другом. Аттракция - привлекательность, влечение одного человека к другому, сопровождающееся положительными эмоциями.

Афазии - нарушения речи.

Барьер психологический - внутреннее препятствие психологической природы (нежелание, боязнь, неуверенность и т. д.), мешающие человеку успешно выполнять некоторые действия. Часто возникает в деловых и личных взаимоотношениях людей и препятствует установлению открытых и доверительных отношений между ними.

Беседа деловая – распространенный вид непосредственного делового общения в диалогической устной форме.

Беседа разговорная– непосредственный неофициальный устный разговор, основная цель которого – само общение, неторопливое, продолжительное, интеллектуально и эмоционально обогащающее.

Вежливость - моральное качество, характеризующее поведение человека, для которого уважение к людям стало повседневной нормой поведения и привычным.

Вербальный - относящийся к звуковой человеческой речи.

Внушение - неосознанное влияние одного человека на другого, вызывающее определенные изменения в его психологии и поведении.

Группа - совокупность людей, выделенная на основе какого-либо одного или нескольких, общих для них признаков.

Деловая беседа - встреча, предполагающая обмен мнениями, информацией, предположениями. В отличие от переговоров беседа обычно не предполагает достижения договорённости.

Деловая коммуникация — процесс взаимодействия деловых партнеров, направленный на организацию и оптимизацию того или иного вида деятельности.

Деловой имидж — образ личности, как совокупность ассоциаций и впечатлений, который складывается в сознании и формирует определенное отношение к ней.

Деловой этикет (этикет - фр. «etiquette») — это установленный порядок поведения в сфере бизнеса и деловых контактов, своеобразный кодекс хороших манер и правил поведения, принятых в данном обществе.

Деятельность — специфический вид человеческой активности, направленный на творческое преобразование, совершенствование окружающего мира и самого себя.

Дистресс - отрицательное влияние стрессовой ситуации на деятельность человека, вплоть до ее разрушения.

Доклад – развернутое устное публичное изложение какой-либо темы.

Духовные феномены – такие элементы сознания, как мышление, память, воображение и др., связанные с функционированием языка, речью как формой общения.

Жест – движение рук человека, выражающее его внутреннее состояние и указывающее на какой-либо объект во внешнем мире.

Идеал – совершенство, совершенный образец чего-либо, высшая цель стремлений, деятельности.

Иерархия – принцип структурной организации многоуровневых систем, состоящий в упорядочивании взаимодействий уровней в порядке от высшего к низшему.

Имидж – образ делового человека, организации, осознанно создаваемый с целью достижения социального успеха, влияния в обществе.

Импульсивность — характерологическая черта человека, проявляющаяся в его склонности к быстротечным, непродуманным действиям и поступкам.

Индивидуальный стиль деятельности — устойчивое сочетание особенное тем выполнения разных видов деятельности одним и тем же человеком.

Инициатива — проявление человеком активности, не стимулированной извне и не определяемой независимыми от него обстоятельствами.

Инсайт (озарение, догадка) — неожиданное для самого человека внезапное нахождение решения какой-либо проблемы, над которой он долго и настойчиво думал.

Инстинкт — врожденная, малоизменяемая форма поведения, обеспечивающая приспособление организма юс типичным условиям его жизни.

Интеллект — совокупность умственных способностей человека.

Интеракция — взаимодействие.

Интерес — эмоционально окрашенное, повышенное внимание человека к какому-либо объекту или явлению.

Интуиция и логика: способность не ограничивать сферу возможного и отличать перспективные идеи от бесплодных фантазий

Категория – общее понятие, отражающее наиболее существенные связи и отношения предметов, явлений объективного мира.

Климат социально-психологический — общая социально-психологическая характеристика состояния малой группы, в особенности человеческих взаимоотношений, сложившихся в ней.

Коллектив – совокупность людей, объединенных общей работой, общими интересами.

Команда — это группа людей, в которой все участники преданы единой цели и делу, считают себя в равной степени ответственными за него.

Командный лидер — лидер, к которому сформировано отношение доверия со стороны членов той социальной группы, к которой он принадлежит.

Командообразование — процесс, направленный на формирование команды.

Коммуникабельность — способность к установлению контакта с партнером по общению, навыки ведения беседы и умение поддерживать длительные отношений.

Коммуникативная культура – знания, умения в области организации взаимодействия людей в деловой сфере.

Коммуникативные навыки — способность эффективно взаимодействовать с людьми.

Коммуникация — (от лат. communico — делаю общим, связываю, общаюсь).– заимствованная параллель русского термина "общение" ("речевое общение").

Компромисс – соглашение, достигнутое путем взаимных уступок.

Конфликт – противоборство, противоречие субъектов конфликта, негативные эмоции и чувства по отношению друг к другу.

Конформизм – податливость человека реальному или воображаемому давлению группы, проявляющаяся в изменении его поведения.

Конформность — некритическое принятие человеком чужого неправильного мнения, сопровождаемое неискренним отказом от собственного мнения, в правильности которого человек внутренне не сомневается.

Концептуальные навыки — способность анализировать и решать комплексные проблемы.

Кризис — состояние душевного расстройства, вызванное длительной неудовлетворенностью человека собой и своими взаимоотношениями с окружающим миром.

Критика (оценка, разбор) - один из способов выражения общественного мнения, помогающий преодолению противоречий и трудностей.

Культура – исторический определенный уровень развития общества, творческих сил и способностей человека, выраженный в типах и формах организации жизни и деятельности людей.

Культура речи – качество речи, обеспечивающее эффективное достижение цели общения при соблюдении языковых, коммуникативных и этических норм.

Лидер — член группы, чей авторитет, власть или полномочия безоговорочно признаются остальными членами этой группы, готовыми следовать за ним.

Лидерство — ведение других за собой.

Личное влияние — способность производить хорошее впечатление.

Личностный рост — процесс развития и совершенствования личностных качеств человека

Личность – понятие, выражающее социальное качество человека, совокупность свойств, приобретенных в процессе воспитания, человек как субъект деятельности.

Малая группа — небольшая по численности совокупность людей, включающая от 2—3 до 20—30 человек, занятых

общим делом и имеющих прямые личные контакты друг с другом.

Международный язык – язык межгосударственного общения, а также личного общения представителей разных стран.

Метод – путь, способ достижения цели в какой-либо сфере деятельности.

Мимика — совокупность движений частей лица человека, выражающих его состояние или отношение к тому, что он воспринимает (представляет, обдумывает, припоминает и т. п.).

Мораль - предмет изучения этики, форма общественного сознания, общественный институт, выполняющий функцию регулирования поведения человека.

Мораль – форма общественного сознания, содержащая ценности и нормы поведения личности.

Мотив — внутренняя устойчивая психологическая причина поведения или поступка человека.

Намерение — сознательное желание, готовность что-либо сделать.

Невербальные средства общения – все несловесные (дополнительные к словесным или заменяющие словесные) средства передачи информации: взгляд, мимика, жесты, движение, молчание, физический контакт (например, рукопожатие, похлопывание по плечу)

Норма – узаконенное установление, обязательный порядок чего-либо.

Нормы социальные — принятые в данном обществе или группе правила поведения, регулирующие взаимоотношения людей.

Общение - это форма деятельности, осуществляемая между людьми, их равными партнёрами, приводящая к возникновению психического климата, проявляющегося в обмене информацией, взаимодействии, взаимопереживании и взаимопонимании.

Объективность — способность объективно оценивать усилия персонала и его слабости.

Официальный лидер — лидер, чье признание группой основано на его официальном статусе: служебном положении и должности.

Пантомимика — система выразительных движений, совершаемых при помощи тела. **Переговоры** - встреча, цель которой, прежде всего в том, чтобы, обсудив партнёром проблему представляющую интерес, найти взаимовыгодное решение (достичь договорённости). Это решение оформляется в виде договора или соглашения, где предусмотрены взаимные обязательства сторон.

Пассивный словарный запас (пассивный словарь) – совокупность слов, которые понятны человеку при чтении и слуховом восприятии чужой речи, но не употребляются им в речи собственной.

Переговоры – жанр деловой риторики: обсуждение проблемы с целью прийти к полному или относительному согласию сторон в области ее понимания и перейти к практическим деловым действиям в этой связи.

Переживание — ощущение, сопровождаемое эмоциями.

Поведение - совокупность поступков человека, имеющих значение, совершаемых им в относительно долгий период в постоянно изменяющихся условиях.

Поведенческая гибкость — способность изменять личное поведение в соответствии с целями или реагировать на изменение ситуации.

Подражание — сознательное или бессознательное поведение, направленное на воспроизведение поступков и действий других людей.

Понимание — психологическое состояние, выражающее собой правильность принятого решения и сопровождаемое чувством уверенности в точности восприятия или интерпретации какого - либо события, явления, факта.

Поступок — сознательно совершенное человеком и управляемое волей действие, исходящее из определенных убеждений.

Потребность — состояние нужды индивида, личности в чем-то необходимом для его нормального существования.

Принцип — основные исходные положения какой-либо теории.

Проблема — теоретический или практический вопрос, требующий разрешения.

Психика — общее понятие, обозначающее совокупность всех психических явлений, изучаемых в психологии.

Психологическая совместимость людей — способность людей находить взаимопонимание, налаживать деловые и личные контакты, сотрудничать друг с другом.

Публичная (ораторская) речь — открытое широкому вниманию выступление; речь, адресованная публике, т.е. достаточно большой совокупности людей

Разговорная речь — разновидность национального русского языка, а именно неофициальное личное речевое общение, связанное с повседневной деятельностью и обыденным сознанием.

Резонансное лидерство — лидерство на основе настройки лидера и его аудитории на одну эмоциональную волну.

Резюме — современный жанр официально-делового стиля: письменный текст с краткой информацией о себе, составляемый ищущим работу для последующего предложения работодателю

Рефлекс — автоматическая ответная реакция организма на действие кого-либо внутреннего или внешнего раздражителя.

Рефлексия — способность сознания человека сосредоточиться на самом себе. Речь — система используемых человеком звуковых сигналов, письменных знаков и символов для представления, переработки, хранения и передачи информации.

Речевые навыки и навыки письменных коммуникаций — способность ясно и убедительно выражать свои мысли в устной и письменной форме.

Риторика – наука о красноречии, изучающая закономерности создания и преподнесения коммуникативно совершенного текста.

Роль — понятие, обозначающее поведение человека в определённой жизненной ситуации, которая соответствует занимаемому положению (например, роль руководителя, подчинённого и т. д.).

Самообладание — способность человека сохранять внутреннее спокойствие, действовать разумно и взвешенно в сложных жизненных ситуациях.

Самооценка — оценка человеком собственных качеств, достоинств и недостатков. **Саморегуляция** — процесс управления человеком собственными психологическими и физиологическими состояниями, а также поступками.

Самосознание — осознание человеком самого себя, своих собственных качеств.

Симпатия — чувство эмоциональной предрасположенности к человеку, повышенный интерес и влечение к нему.

Совместимость — способность людей работать вместе, успешно решать задачи, требующие от них согласованности действий и хорошего взаимопонимания.

Сознание — высший уровень психического отражения человеком действительности, ее представленность в виде обобщенных образов и понятий.

Сопереживание — испытание человеком тех же самых чувств и эмоций, которые характерны для находящихся рядом с ним людей.

Соперничество — стремление человека к соревнованию с другими людьми, желание одержать верх над ними, победить, превзойти.

Сотрудничество — стремление человека к согласованной, слаженной работе с людьми. Готовность поддержать и оказать им помощь. (Противоположно соперничеству.)

Социально-психологический тренинг — теория и практика специального психотерапевтического воздействия на людей, рассчитанная на улучшение их общения и приспособление к условиям жизни.

Социум – человеческое общество как часть культуры, ноосферы; очеловеченный, техногенный мир.

Способности — индивидуальные особенности людей, от которых зависят приобретение ими знаний, умений и навыков, а также успешность выполнения различных видов деятельности.

Статус — положение человека в системе внутригрупповых отношений, определяющее степень его авторитета в глазах остальных участников группы.

Стили произношения – однотипные черты произношения, складывающиеся в целостную произносительную манеру, характерную для определенных условий и социальной роли говорящих.

Стресс — состояние душевного (эмоционального) и поведенческого расстройства, связанное с неспособностью человека целесообразно и разумно действовать в сложившейся ситуации.

Суггестия — внушение.

Стресс (с англ. stress - «действие, напряжение, усилие, нажим, внешнее воздействие»).

Субъект – носитель предметно-практической деятельности и познания (индивид, социальная группа и др.).

Схема мышления — система понятий или логика рассуждений, привычно применяемых человеком при встрече с незнакомым объектом или новой задачей.

Теория – совокупность обобщенных положений, образующих какую-либо науку или ее раздел; совокупность научных положений, учений о каких-либо явлениях, фактах; система взглядов по какому-либо вопросу.

Традиция – исторически сложившиеся и передаваемые из поколения в поколение идеи, взгляды, вкусы, порядки, правила поведения и т.п.

Управление конфликтами (конфликт – лат. «столкновение») - «техника безопасности», включающая в себя набор средств и методов предотвращения и разрешения конфликтов, применение которых если и не позволит вам полностью избежать, то хотя бы уменьшить количество и напряженность, минимизировать негативные последствия конфликтов, вовремя и умело их разрешать.

Управленческие навыки — способность решать специальные задачи.

Уровень притязаний — максимальный успех, которого рассчитывает добиться человек в том или ином виде деятельности.

Установка — готовность, предрасположенность к определенным действиям или реакциям на конкретные стимулы. своей увлеченности.

Фрустрация — эмоционально тяжелое переживание человеком своей неудачи, сопровождающееся чувством безысходности, крушения надежд в достижении определенной желаемой цели.

Харизма — наделение личности свойствами, вызывающими преклонение перед ней и безоговорочную веру в ее возможности.

Харизматический лидер — человек, возглавляющий определенную социальную группу благодаря своим исключительным качествам.

Целеустремленность лидера: способность проложить путь к завтрашним успехам

Ценностные ориентации — то, что человек особенно ценит в жизни, чему он придает особый, позитивный жизненный смысл.

Ценность – понятие, широко используемое в философской литературе для указания на человеческое, социальное и культурное значение определенных явлений действительности.

Черта личности — устойчивое свойство личности, определяющее характерное для нее поведение и мышление.

Честолюбие— стремление человека к успехам, рассчитанное на повышение его авторитета и признание со стороны окружающих.

Чувствительность — способность организма запоминать и реагировать на воздействие среды, не имеющая непосредственного биологического значения, но вызывающая психологическую реакцию в форме ощущений.

Эгоцентризм — сосредоточенность сознания и внимания человека исключительно на самом себе, сопровождающаяся игнорированием того, что происходит вокруг.

Эйфория — состояние чрезмерной веселости, обычно не вызванное какими-либо объективными обстоятельствами.

Экстраверсия — обращённость сознания и внимания человека в основном на то, что происходит вокруг него. (Противоположна интроверсии.)

Эмоциональность - характеристика личности, проявляющаяся в частоте возникновения разнообразных эмоций и чувств.

Эмоция – психическое переживание, душевное волнение (страх, гнев и т.п.).

Эмпатия - способность человека к сопереживанию и сочувствию другим людям, к пониманию их внутренних состояний.

Этика – философское учение о морали, изучающее условия возникновения морали, сущность морали, понятийные формы.

Этикет – правила хорошего тона, принятый порядок поведения, обеспечивающий установление контакта, а также поддержание уважительного и доброжелательного общения собеседников

Этикет - совокупность правил поведения, касающихся внешнего проявления отношения к людям.

Этические нормы – регуляторы отношений в коллективе.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Конспект лекций включает основные темы и вопросы дисциплины, в том числе основы профессиональной этики и служебного этикета, этические основы деятельности организации, деловые коммуникации и этика делового общения, основы делового этикета.

Материалы, представленные в учебно-методическом пособии «Профессиональная этика и служебный этикет» (задания, ситуации и упражнения), направлены на получение знаний и навыков в области принятия этических и социально значимых решений для сотрудников, предприятия и общества в целом.

Задания, предназначенные для самостоятельной работы, ориентированы на развитие творческого подхода студентов к решению практических задач и заданий, формирование собственного стиля управления и мировоззрения, необходимого в конкретных управленческих ситуациях.

Самостоятельная работа направлена на формирование и развитие навыков в области определения этических проблем управленческой работы, мотивации персонала и самомотивации, выбора стиля лидерства, ориентированного на социальную ответственность бизнеса.

использования кривой акцентов для решения реальных проблем предприятия.

Индивидуальные домашние задания предполагают более глубокую проработку теоретического материала с целью получения дополнительных знаний, а также развитие навыков обработки информации и формирования личных представлений о практике решения проблем в области профессиональной этики и служебного этикета.

Тестовые задания ориентированы на самопроверку и подготовку студентов к промежуточной оценке знаний и итоговой проверке знаний.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Бояринова И.П. Интернет-курс по дисциплине «Культура речи и деловое общение» для специальностей: «Менеджмент организации», «Маркетинг», «Экономика», «Мировая экономика» - [Электронный ресурс]: Режим доступа: World Wide Web. URL: http://www.ebibluo.ru/book/bib/06_management/kultura_rechi_i_delovoe_obshenie/sg.html
2. Дроздецкая Г.В. Культура речи и деловое общение / Г.В. Дроздецкая, Н.В. Отургашева; СибАГС. – Новосибирск: Изд-во СибАГС, 2012. – 191 с.
3. Зельдович Б.З. Деловые игры в управлении полиграфическими и издательскими процессами : учеб. пособие / Б.З. Зельдович; Моск. гос. ун-т печати им. Ивана Федорова. — М. : МГУП им. Ивана Федорова, 2011 — 232 с.
4. Зельдович Б.З. Ситуационное обучение управленческим дисциплинам: учеб. пособие / Б.З. Зельдович. – М.: Изд-во «Экзамен», 2008. – 542 с.
5. Шигапова Д.К. Конспект лекций по курсу «Этика деловых отношений» - [Электронный ресурс]: режим доступа: World Wide Web. URL: http://kpfu.ru/docs/F2143877256/shig_1kurs_3.pdf

ПРИЛОЖЕНИЕ 1

Министерство образования и науки РФ
ФГБОУ ВО

«Воронежский государственный технический университет»
Инженерно-экономический факультет
(Факультет заочного обучения)

Кафедра экономики и управления на предприятии
машиностроения

КОНТРОЛЬНАЯ РАБОТА
по дисциплине «Профессиональная этика
и служебный этикет»

Выполнил студент _____
(группа, подпись, дата, инициалы, фамилия)

Проверил _____ к.э.н., доц. И.В. Логунова
(подпись, дата, инициалы, фамилия)

(отметка о зачете, подпись преподавателя)

Воронеж 2018

ПРИЛОЖЕНИЕ 2

Министерство образования и науки РФ
ФГБОУ ВО
«Воронежский государственный технический университет»
Инженерно-экономический факультет
(Факультет заочного обучения)

Кафедра экономики и управления на предприятии
машиностроения

ЗАДАНИЕ НА КОНТРОЛЬНУЮ РАБОТУ
по дисциплине «Профессиональная этика
и служебный этикет»

Студент группы _____
(индекс группы, ФИО студента)

Вариант № _____

Перечень заданий, подлежащих выполнению:

1. Теоретическая часть

Вопросы по темам _____

2. Практическая часть

Анализ ситуации № _____

3. Творческое задание _____

Срок сдачи контрольной работы до начала сессии

Руководитель _____ к.э.н., доц. И.В. Логунова
(подпись, дата, инициалы, фамилия)

Задание принял студент _____

(подпись, дата, инициалы, фамилия)

ПРИЛОЖЕНИЕ 3

Варианты выполнения контрольной работы: теоретическая часть

	Вариант																
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17
Во- про- сы по те- мам	1.1.	1.2	1.3	1.4	1.2	1.3	1.4	1.1	1.3	1.4	1.3	1.4	1.1.	1.2	1.3	1.4	1.2
	2.1.	2.2	2.3	2.4	2.3	2.4	2.1	2.2	2.2	2.3	2.1	2.2	2.1.	2.2	2.3	2.4	2.3
	3.1.	3.2	3.3	3.4	3.4	3.1	3.2	3.3	3.4	3.2	3.4	3.3	3.1.	3.2	3.3	3.4	3.4
	4.1.	4.2	4.3	4.4	4.5	4.2	4.3	4.4	4.1	4.1	4.4	4.1	4.1.	4.2	4.3	4.4	4.5
	5.1	5.2	5.3	5.4	5.1	5.3	5.4	5.1	5.2	5.4	5.3	5.2	5.1	5.2	5.3	5.4	5.1
	6.1.	6.2	6.3	6.4	6.2	6.4	6.1	6.2	6.3	6.3	6.2	6.3	6.1.	6.2	6.3	6.4	6.2
	7.1	7.2	7.3	7.4	7.3	7.1	7.2	7.3	7.4	7.2	7.1	7.4	7.1	7.2	7.3	7.4	7.3

Примечание. Вариант теоретического вопроса включает две цифры: первая цифра - это номер темы, вторая – номер вопроса в этой теме.

ПРИЛОЖЕНИЕ 4

Варианты выполнения контрольной работы: практическая часть

Практическая часть	Вариант																
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17
Номер ситуа- ции	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
1. КОНСПЕКТ ЛЕКЦИЙ.....	6
2. ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАНЯТИЯ.....	112
3. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА.....	152
4. КОНТРОЛЬНАЯ РАБОТА.....	160
5. ЗАДАНИЯ ДЛЯ САМОПРОВЕРКИ.....	170
6. ВОПРОСЫ ДЛЯ ПОДГОТОВКИ К ЗАЧЕТУ.....	175
7. РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА.....	178
8. ГЛОССАРИЙ.....	180
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	192
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК.....	193
ПРИЛОЖЕНИЯ.....	194

Учебное издание

Логунова Ирина Валериевна

ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ЭТИКА И СЛУЖЕБНЫЙ ЭТИКЕТ

Компьютерная верстка И.В. Логуновой

Подписано к изданию _____2018.

Объем данных Мб.

**ФГБОУ ВО «Воронежский государственный технический
университет»**

394026 Воронеж, Московский просп., 14