

Министерство сельского хозяйства Российской Федерации  
Иркутский государственный аграрный университет имени А. А. Ежевского

Кафедра философии, социологии и истории

**Иванов В.В.**

## **ДЕЛОВОЙ ЭТИКЕТ**

Учебно-методическое пособие для аудиторной и самостоятельной работы  
студентов всех форм обучения и направлений подготовки

(с комплектом заданий разного уровня)

Иркутск 2021

**Иванов В.В. Деловой этикет.** Учебно-методическое пособие для аудиторной и самостоятельной работы студентов всех форм обучения и направлений подготовки (с комплектом заданий разного уровня). [Электронный ресурс]. Иркутск: ИрГАУ, 2021. 56 с.

Дисциплина «Деловой этикет» относится к факультативному циклу дисциплин. Требования к уровню подготовки определяются требованиями ФГОС высшего образования. Условием успешного освоения дисциплины «Деловой этикет» являются предметные результаты освоения основной образовательной программы среднего (полного) общего образования. Теоретическая часть учебно-методического пособия «Деловой этикет» включает в себя анализ основных принципов и базовых норм в сфере этикета, а также исторических основ их формирования и развития. Конкретный практический материал показывает, как эти принципы применяются в тех или иных ситуациях реальной деловой активности.

## ВВЕДЕНИЕ

В силу своей специфики деловой этикет играет важную роль в процессе формирования личности, выполняя ряд функций (мировоззренческую, методологическую, мыслительно-теоретическую, гносеологическую, аксиологическую, социальную, воспитательно-гуманитарную и др.). Результаты изучения курса могут степени использоваться в некоторых других дисциплинах Учебного плана специальности (философия, социология, политология).

Изучение курса «Деловой этикет» может быть существенной и полезной частью подготовки дипломированного специалиста в вузе, поскольку высшее образование нельзя рассматривать как определенный набор специальных знаний в рамках приобретаемой профессии. В процессе его приобретения человек должен расширить свой общий кругозор и дополнить своё мировоззрение. Курс «Деловой этикет» в программе вуза направлен именно на формирование всесторонне развитой личности выпускника. Он позволяет подготовиться к будущей профессиональной деятельности с учётом той стороны, важность которой не всегда осознаётся вузом при составлении учебной программы. Этот курс даёт возможность понять, что умение правильно строить и поддерживать деловые отношения для успешной карьеры не менее важно, чем чисто профессиональные знания и навыки. Есть даже мнение, что оно важнее. Например, знаменитый Дэйл Карнеги утверждал, что его успешная карьера на 85% была обеспечена именно за счет умения правильно строить деловые отношения.

Кроме того, деловой этикет – это частный случай этикета в широком смысле. Знание его норм и понимание его сущностных принципов позволяют человеку более правильно строить отношения с людьми в других сферах своей жизни. Это также расширяет его кругозор и дает ему возможность быть воспитанным человеком. Освоив данный курс, студент сможет самостоятельно и осознанно проанализировать и выстраивать своё поведение в сфере деловых отношений. Знание истории этикета, его места в историческом и культурном процессе, возможных перспектив дальнейшего ее развития позволяет глубже осознать на мировоззренческом уровне неразрывную связь отдельной личности с обществом.

Предлагаемое учебно-методическое пособие для студентов ИрГАУ им. А. А. Ежевского подготовлено на основе Фонда оценочных средств по дисциплине «Деловой этикет» и Учебно-методического комплекса этой дисциплины. Работа содержит методические рекомендации для самостоятельного изучения этой дисциплины, структуру курса, контрольные материалы (вопросы, тесты и др.), тематику докладов и рефератов/контрольных работ, список рекомендуемой литературы и источников, глоссарий. Но главное её содержание – комплект заданий разного уровня, при выполнении которых можно расширить и закрепить знания.

Специфика вузовского обучения такова, что даже на дневном отделении значительное место в учебном процессе занимает самостоятельная работа студента). На заочном отделении в силу особого характера этой формы получения высшего образования самостоятельно нужно осваивать практически весь учебный материал. Это сложный и трудоемкий процесс, который предполагает большую ответственность студента за организацию познавательной деятельности, требует наличия развитого контроля над собой и выраженного интереса к учебе. Одной из форм самостоятельной работы может быть выполнение предложенных в данном пособии заданий. В зависимости от уровня и характера заданий при их выполнении можно приобретать и закреплять различные знания и навыки.

Самостоятельная работа над учебным материалом по деловому этикету дает студенту значительную свободу в его восприятии и интерпретации. Рассматривая обучение в вузе как важную ступень в подготовке к взрослой полноценной жизни в современном обществе, следует понимать, что грамотный профессионал – это лишь одна из граней сложной и разносторонней человеческой личности. Другими её гранями являются реализуемые в повседневной жизни гражданские права и обязанности, социальные связи, участие в политической и культурной жизни общества. Для того, чтобы в обоих этих направлениях действовать правильно и успешно, нужно осознавать специфику тех правил и норм, которые регламентируют наше поведение. Без этого не может быть полноценных и плодотворных отношений с окружающими людьми.

Данное пособие адресовано также и преподавателям, которые могут использовать его как один из вспомогательных элементов учебного процесса в

аудиторной и внеаудиторной работе со студентами. Задания первого и второго уровня можно применять на семинарских занятиях или предлагать в качестве домашних заданий. Оценивать качество их выполнения преподаватель имеет право оценивать их выполнение по собственным критериям. Задания третьего уровня в большинстве случаев даются для самостоятельной работы (реферат/контрольная, эссе, доклад, презентация, составление кроссворда или структурно-логической схемы), но часть их можно использовать на семинарах (тестирование, контрольная работа, выступление с докладом или рефератом на конференции, участие в диспуте). Оценка успешности выполнения этих заданий в большинстве случаев также может производиться каждым преподавателем индивидуально, но тесты оцениваются по стандартным параметрам на основе количества правильных ответов.

Варианты итоговых тестов по всему курсу могут по желанию преподавателя использоваться как завершающий момент в конце аудиторных занятий на последнем или предпоследнем семинаре, чтобы выявить общий уровень усвоения предмета в учебной группе. Их также можно применять на зачете как основной или дополнительный инструмент контроля знаний. На основе этих тестов преподаватель также может быстро решать вопрос о допуске или отказе допустить к зачету неуспевающего студента.

Конечно, любой опытный преподаватель имеет собственный стиль преподавания и индивидуальную манеру трактовки материала. Он располагает достаточно большим арсеналом методических материалов и инструментов контроля. Предлагаемые в данном пособии задания могут дополнить этот арсенал, не связывая его индивидуальность и не нарушая возможность самостоятельно творчески работать в рамках учебного процесса. Это определяется тем, что оценка успешности выполнения заданий зависит не только от объективного соответствия между содержанием ответа и воспроизводимой в нем информацией, но также от мнения и позиции преподавателя, оценивающего способность студента анализировать и интерпретировать эту информацию. Кроме того, любой преподаватель может составлять собственные задания по типу предлагаемых в этом пособии, если он считает их удобными для работы со студентами. Все размещенные в этом пособии материалы могут быть использованы как часть того,

что преподаватели предлагают в помощь студентам при дистанционном обучении. Студенты-специалисты заочного отделения, опираясь на них, могут самостоятельно работать над курсом и готовиться к зачету. Тематика докладов, рефератов/контрольных и презентаций в заданиях третьего уровня может быть использована студентом-специалистом заочного отделения для того, чтобы выбрать тему для своей контрольной работы, которую он готовит к сессии.

Таким образом, данное учебно-методическое пособие может быть достаточно широко использовано в рамках учебного процесса в вузе. Его могут использовать студенты всех форм обучения и преподаватели для аудиторной и внеаудиторной работы.

### **Структура дисциплины и содержание разделов**

Курс «Деловой этикет» состоит из 8 разделов, излагающих учебный материал:

1 раздел «Сущность делового этикета» знакомит студентов с понятием делового этикета, его возникновением и развитием, его сущностью и спецификой

2 раздел «Речевой этикет в деловом общении» даёт понятие о культуре речи, вежливости и значении речевого этикета, об особенностях и нормах речевого этикета в деловом общении.

3 раздел «Этикет в деятельности руководителя» этические и этикетные основы отношений руководителя и подчинённых. Основная идея раздела – соблюдение этикета является очень важным фактором успешного руководства.

4 раздел «Этикет оформления деловых бумаг и корреспонденции» характеризует особенности и правила деловой переписки, общие требования к деловым бумагам. Отдельно освещены также этические нормы и этикетные правила в рекламных сообщениях.

5 раздел «Этикет телефонных переговоров в деловом общении» посвящен особенностям телефонного общения в деловой среде с точки зрения этических норм и этикетных правил.

6 раздел «Имидж делового человека как проявление этикетных норм» посвящен этикетным нормам относительно поведения и внешности делового человека. Основная идея раздела – имидж является важным условием успеха в деловой среде.

7 раздел «Этикет подарков и сувениров в сфере деловых отношений» рассматривает подарок и сувенир как важный элемент налаживания и поддержания деловых отношений, на который распространяются определённые этические и этикетные нормы.

8 раздел «Этикетные нормы поведения на деловом приёме и за столом» посвящен специфике делового приёма и этикетным правилам поведения на деловых приёмах. Отдельно рассматриваются нормы поведения в застолье.

## КРАТКОЕ СОДЕРЖАНИЕ КУРСА

1. СУЩНОСТЬ ДЕЛОВОГО ЭТИКЕТА. Понятие этикета. Сходство и различие понятий «этика» и «этикет». Соотношение деловой этики и делового этикета. Этикет как выражение социальных норм. Нравственные основы этикета. Связь этикета с эстетическими ценностями. Возникновение этикета и его история. Роль этикета в жизни общества и в развитии культуры. Культура поведения и этикет. Основные этапы развития делового этикета в западноевропейском обществе. Деловой этикет в современном обществе. Структура делового этикета. Функции делового этикета. Общие правила и принципы делового этикета. Вежливость, тактичность, корректность, чуткость и скромность как основа хороших манер. Особенности делового этикета. Значение делового этикета как важнейшего регулятора отношений в сфере делового общения. Роль делового этикета в формировании общей и профессиональной культуры современного специалиста. Профессиональный этикет. Деловой этикет как форма профессиональной коммуникации. Общие принципы международного делового этикета. Своеобразие национальных традиций делового этикета в России.

2. РЕЧЕВОЙ ЭТИКЕТ В ДЕЛОВОМ ОБЩЕНИИ. Речевое поведение. Социальные роли говорящих. Понятие о культуре речи. Этикет и речь. Значение речевого этикета. Речевой этикет и вежливость. Речевой этикет и работа с людьми. Особенности речевого этикета в деловом общении. Нормы речевого этикета в ситуации делового общения. Этикетные формулы знакомства, представления, приветствия и прощания. Особенности обращения как формулы речевого этикета. Лексика и стиль деловой беседы. Правила этикета в деловой корреспонденции. Влияние национальных традиций на нормы речевого этикета.

3. ЭТИКЕТ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ РУКОВОДИТЕЛЯ. Отношения руководителя и подчинённого. Сущность субординации и её роль в деловом общении. Основные стили руководства. Гуманистические основы этического кодекса управленца. Речевой этикет руководителя. Основные правила поведения руководителя. Соблюдение этикета как важный фактор успешного руководства. Типичные ошибки руководителя. Неформальные отношения руководителем с подчинёнными. Взаимоотношения руководителя и секретаря.

4. Особенности и правила деловой переписки. Общие требования к деловому письму. Структура делового письма. Типы деловых писем. Этикетные нормы в деловой переписке. Использование электронной почты. Этические нормы и этикетные правила в рекламных сообщениях. Правила оформления основных видов деловых бумаг. Главные требования к оформлению фирменных бланков. Виды и оформление визитных карточек. Надписи на визитных карточках.

5. ЭТИКЕТ ТЕЛЕФОННЫХ ПЕРЕГОВОРОВ В ДЕЛОВОМ ОБЩЕНИИ. Особенности телефонного общения. Важнейшие этические нормы и этикетные правила телефонного общения. Лаконичность и четкость как важнейшие особенности делового телефонного общения. Предварительная подготовка к деловому телефонному общению. Оптимальная продолжительность делового телефонного разговора. Приветствие и представление в деловом телефонном разговоре. Деловая беседа по телефону. Правила передачи и приема телефонограммы. Пользование автоответчиком. Телефонный этикет секретаря фирмы.

6. ИМИДЖ ДЕЛОВОГО ЧЕЛОВЕКА КАК ПРОЯВЛЕНИЕ ЭТИКЕТНЫХ НОРМ. Этикетные нормы относительно поведения и внешности делового человека. Консерватизм, сдержанность и аккуратность как черты делового стиля. Дресс-код как часть делового этикета. Личная гигиена как важная составляющая имиджа. Гендерные аспекты имиджевого этикета. Одежда, внешний вид и аксессуары делового мужчины. Особенности деловой одежды женщины. Роль причёски, украшений, макияжа и аксессуаров во внешнем облике деловой женщины. Хорошие манеры как важный элемент имиджа делового человека.

7. ЭТИКЕТ ПОДАРКОВ И СУВЕНИРОВ В СФЕРЕ ДЕЛОВЫХ ОТНОШЕНИЙ. Подарок как знак внимания. Значение делового подарка. Особенности выбора и преподнесения подарков в сфере деловых отношений. Поводы преподнесения подарков в деловой среде. Цветы как подарок. Допустимые и недопустимые подарки в деловой среде. Стоимость подарка. Учет гендерных аспектов и национальных традиций при выборе подарка. Подарки коллегам и сослуживцам по различным поводам. Выбор подарка для начальника. Подарки деловым партнёрам и служащим других фирм. Различия подарка и сувенира. Специфика сувениров в сфере деловых отношений. Сувениры с фирменной символикой.

8. ЭТИКЕТНЫЕ НОРМЫ ПОВЕДЕНИЯ НА ДЕЛОВОМ ПРИЁМЕ И ЗА СТОЛОМ. Специфика делового приёма. Особенности разных видов деловых приёмов. Домашний деловой приём. Деловой завтрак, обед и ужин в ресторане или кафе. Фуршет. Чайный или кофейный стол. Коктейль. Барбекю. Разные виды банкета. Дресс-код для присутствия на деловом приёме. Правила поведения на деловых приёмах. Рассаживание за столом. Этикетные нормы поведения за столом. Правила пользования столовыми приборами. Учет национальных и религиозных традиций при подготовке деловых приёмов.

## Методические рекомендации по организации изучения дисциплины

Изучение курса «Деловой этикет» является важной частью подготовки дипломированного специалиста в вузе заведении, поскольку высшее образование не может рассматриваться только как определенный набор неких специальных знаний в рамках приобретаемой профессии. В процессе его приобретения человек должен расширить свой общий кругозор и частично изменить мировоззрение.

Курс делового этикета в программе вуза является полезной составной частью. Он позволяет создать представление об основных этапах формирования этикета и его роли в деловой активности человека, о важнейших этических нормах, регулирующих взаимоотношения в сфере труда, о наиболее существенных моментах правильного поведения человека на рабочем месте, о возможностях успешного построения трудовой карьеры на основе правильной модели поведения.

Согласно учебным планам факультетов студенты Иркутского ГАУ им. А. А. Ежовского изучают дисциплину «Деловой этикет» на разных курсах (с 1-го по 5-й) в зависимости от программы. Преподаватель знакомит студентов с основной проблематикой, дает рекомендации по поводу литературы и методические указания. Важно правильно и рационально организовать свой учебный процесс.

Лекции в данном курсе не предусмотрены. Поэтому основные принципы и проблемы делового этикета, общая характеристика основных его направлений и другие важные теоретические проблемы затрагиваются на семинарских занятиях. В значительной степени студенты должны сами ознакомиться с ними в процессе подготовки к семинарам и самостоятельной работы над курсом.

Семинарское занятие является в рамках данного курса главным средством углубления и закрепления знаний, формирования познавательной самостоятельности и комплексного развития умений. Студенты заблаговременно получают от преподавателя тему семинара, вопросы, список литературы и необходимые пояснения, позволяющие лучше понять сущность поставленных вопросов.

Самой существенной частью подготовки является изучение и конспектирование рекомендованной литературы и источников. Начинать следует с изучения соответствующего раздела учебника. Это позволяет получить общее представление о теме и основных подходах к ее рассмотрению. Далее идет изучение остальной литературы, позволяющее углубить рассмотрение поставленных вопросов и закрепить знания.

Консультации для студентов позволяют им получить ответ на возникшие в ходе самостоятельной работы вопросы, выявить неточности и пробелы в его знаниях и скорректировать дальнейший ход изучения курса деловой этики. Специальная консультация проводится и непосредственно перед зачетом. Но большой объем изучаемого материала предполагает вынесение на консультацию только затруднительных моментов и неясностей, возникших в ходе самостоятельной работы над курсом.

Реферат/контрольная работа - важнейшая форма самостоятельной работы студента. Студент должен подобрать и подробно изучить литературу и источники по избранной теме, а затем по возможности полно и разносторонне изложить эту

тему в соответствии с составленным им планом работы. Наличие в работе плана и списка использованной литературы является обязательным условием её оформления. Выбор темы работы может быть сделан на основе списка рекомендуемых тем, содержащегося в данном пособии.

Подбор необходимой для выполнения работы литературы следует начать с предлагаемого списка основных и дополнительных изданий, который содержится в данной работе. Однако при этом необходимо также учитывать, что постоянно появляется новая учебная и научная литература, проводятся новые исследования и их результаты также публикуются. Приступая к написанию реферата (контрольной работы), необходимо руководствоваться принципами:

- четкость, логичность, последовательность изложения материала;
- самостоятельность изложения;
- творческий подход к работе;
- доказательность, наглядность и убедительность работы.

Не следует перегружать работу многочисленными фактами и цитатами. Для подтверждения рассуждений автора достаточно привести один – два примера из ряда аналогичных данных. В список литературы включают источники, содержащие материал, использованный студентом при подготовке реферата (контрольной работы). При этом не следует увлекаться количеством цитируемых источников. Примерное количество источников должно составлять не менее 5 - 7 (среди них не должно быть более 1 – 2 учебников!). Работа должна быть написана грамотно, без ошибок, тщательно проверена, аккуратно оформлена. Обложка оформляется в соответствии с установленными требованиями.

Зачет. Итоги всей учебной работы над курсом подводятся на зачете. Экзаменационный билет содержит обычно 2 вопроса, относящиеся к разным разделам курса. Список вопросов к экзамену содержится в данном методическом пособии, как и список рекомендуемой литературы. Лучше всего заранее просмотреть свои конспекты, сопоставить их со списком вопросов к зачету и ликвидировать пробелы при помощи учебника. Это позволит повторить материал всего курса и обобщить его. При непосредственной подготовке к зачету нужно по возможности равномерно распределить материал для повторения, выделив для себя непонятные вопросы.

## КОМПЛЕКТ РАЗНОУРОВНЕВЫХ ЗАДАНИЙ

**I. Задания репродуктивного уровня, позволяющие оценивать и диагностировать знание фактического материала (базовые понятия, алгоритмы, факты) и умение правильно использовать специальные термины и понятия, узнавание объектов изучения в рамках определенного раздела дисциплины.**

Задание № 1. Заполните таблицу «Основные этапы и направления развития этикета» (охарактеризуйте каждый этап и направление развития).

Этап развития	Основные направления развития

Задание 2. Моральные нормы и принципы (установите соответствие между 1. и 2.).

1. а) доброжелательность; б) законность; в) справедливость; г) честность; д) альтруизм; е) гуманизм; ж) толерантность;

2. а) принцип, предписывающий человеку подавление собственного эгоизма, бескорыстное служение «ближнему», готовность пожертвовать своим интересом в пользу интересов других ; б) принцип, основанный на убеждении в безграничности возможностей человека и его способности к совершенствованию, требование свободы и защиты достоинства личности; в) принцип, предписывающий неуклонное соблюдение и правильное применение законов; г) понятие, характеризующее соответствующее распределение блага и зла между людьми, вознаграждение и наказание человека за его поступки в соответствии с нравственными требованиями; д) терпимость к иному мировоззрению, образу жизни, поведению и обычаям, которая не равносильна безразличию и не означает также принятия иного мировоззрения или образа жизни, заключается в представлении другим права жить в соответствии с их мировоззрением; е) одна из основных человеческих добродетелей, которая включает правдивость, принципиальность, верность принятым обязательствам, субъективную убежденность в правоте дела, искренность перед другими и перед самим собой, реальную оценку мотивов своего поведения; ж) отношение к человеку, ориентированное на содействие его благу и совершение добра, выражающее миролюбие, дружелюбность, готовность к плодотворному сотрудничеству.

Образец выполнения: а) – ..); б) – ..); в) – ..); г) – ..); д) – ..); е) – ..); ж) – ..);

Задание № 3. Заполните таблицу «Невербальные средства общения». В ней должны быть отражены основные виды НСО, приведены примеры их использования и этикетные нормы в этих случаях.

Вид НСО	Характеристика	Примеры и этикетные нормы

Задание 4. Отличительные особенности обстоятельств делового общения (уберите лишнее).

1. Общность или целей, или мотивов, или деятельности.
2. Наличие общего мировоззрения.
3. Взаимосвязанность участников через систему социальных ролей и иерархичность общения.
4. Регламентация форм бытового поведения.
5. Общность идейных установок и моральных норм.
6. Наличие общего социального пространства–времени: организация, группа, команда.
7. Взаимосвязанность участников через систему культурных норм и традиций.
8. Регламентация форм общения.

Образец выполнения: Лишние пункты ..), ....

Задание 5. Барьеры делового общения (установите соответствие между 1 и 2).

1. а) эстетический; б) интеллектуальный; в) мотивационный; г) моральный; д) эмоциональный.  
2. а) возникает при общении людей с разным уровнем и характером образования, разным типом мыслительной деятельности; б) возникает, когда у собеседников разные намерения, цели и установки или когда один человек для другого лишь средство достижения утилитарных целей; в) возникает, когда неприятные чувства по отношению к партнеру ослабляют способность правильно воспринимать и оценивать самые серьезные и веские аргументы в пользу его точки зрения; г) возникает, когда о человеке складывается неприятное впечатление по его внешнему виду, манере поведения, одежде; д) возникает, когда участники общения по-разному трактуют представления о добре и зле, о допустимом и недопустимом в поведении человека.  
Образец выполнения: а) – ..); б) – ..); в) – ..); г) – ..); д) – ..);

Задание № 6. Заполните таблицу «Функции деловой беседы».

Наименование функции	Примеры	Этикетные нормы

Задание № 7. Заполните таблицу «Основные черты делового стиля во внешнем облике» (охарактеризуйте каждый элемент внешнего облика в варианте для женщины и мужчины – различные детали костюма, обувь, головные уборы и др.).

Элемент внешнего облика	Основные рекомендации для женщины	Основные рекомендации для мужчины

Задание 8. Функции делового этикета (установите соответствие 1. и 2.).

1. а) регулятивная; б) деловая; в) коммуникативная; г) дисциплинирующая; д) интегративная; е) самопрезентация; ж) психологическая поддержка;  
2. а) направлен на повышение эффективности экономического взаимодействия, оптимизирует трудовую деятельность; б) отражает статусные различия, закрепляет иерархию отношений; в) обеспечивает сплоченность и однородность социальной группы за счет единства норм и социальных ожиданий ее членов; г) является для индивида условием кооптации (включения, принятия) группой, коллективом; д) включен в систему социального контроля, формирует поведение человека, организует совместную деятельность людей, обеспечивая стабильность и порядок; е) помогает человеку ориентироваться в ситуации, снижает ее неопределенность; ж) выражает уважение и доброжелательность, помогает устанавливать и поддерживать хорошие деловые отношения, избегать конфликтов.  
Образец выполнения: а) – ..); б) – ..); в) – ..); г) – ..); д) – ..); е) – ..); ж) – ..);

Задание № 9. Заполните таблицу «Основные стили руководства». Охарактеризуйте базовые черты каждого стиля руководства, поясните его особенности, достоинства и недостатки.

Стиль	Характеристика и комментарии
«либерал»	
«демократ»	
«диктатор»	

Задание № 10. Заполните таблицу «Характеристика основных видов делового приёма».

Вид делового приёма	Время проведения	Длительность	Что подают	Форма одежды
<i>Завтрак</i>				
<i>Ланч</i>				
<i>«Бокал шампанского»</i>				
<i>Чай</i>				
<i>Коктейль</i>				
<i>Фуршет</i>				
<i>Обед</i>				
<i>Ужин</i>				

Задание № 11. Терминологический диктант.

А. Термины. Раскройте смысл этих понятий. (Ответ должен быть полным и развернутым).

1) Аксессуары – это...; 2) Банкет – это...; 3) Вежливость – это...; 4) Визитка – это...; 5) Доверие – это...; 6) Габитарный имидж – это...; 7) Дисциплина – это...; 8) Деловое письмо – это...; 9) «Золотое правило этики» – это...; 10) Жест – это...; 11) Дресс-код – это...; 12) Достоинство – это...; 13) Коммуникативная компетентность – это...; 14) Личность – это...; 15) Манеры – это...; 16) Имидж – это...; 17) Общение – это...; 18) Лояльность – это...; 19) Конфликт – это...; 20) Корпоративизм – это ...;

Б. Термины. Раскройте смысл этих понятий. (Ответ должен быть полным и развернутым).

1) Макияж – это...; 2) Самообладание – это...; 3) Тактичность – это...; 4) Профессиональная этика – это...; 5) Самооценка – это...; 6) Лояльность – это...; 7) Проксемика – это...; 8) Подарок – это...; 9) Система ценностей – это...; 10) Деловая этика – это...; 11) Коммуникация – это...; 12) Любезность – это...; 13) Рукопожатие – это...; 14) Корыстолюбие – это...; 15) Резюме – это...; 16) Культура поведения – это...; 17) Этикет – это...; 18) Одобрение – это...; 19) Тактичность – это...; 20) Скромность – это...;

Задание № 12. Правила этикета в деловой корреспонденции. Назовите основные общие правила этикета в деловой корреспонденции и кратко прокомментируйте их.

Задание № 13. Заполните таблицу «Принципы делового этикета». Охарактеризуйте базовые принципы делового этикета (этичность, целесообразность, эффективность, уважение, свобода, здравый смысл, приоритет старшего, приоритет женщины, эстетичность, целесообразность, экономичность, консерватизм, непринужденность, удобство, гигиена) и раскройте их смысл.

Принцип	Характеристика и комментарии	Примеры

Задание 14. Допустимые подарки в деловой среде. Распределите предлагаемые варианты на 4 группы: 1) только для женщины; 2) только для мужчины; 3) универсальные; 4) недопустимые.  
а) записная книжка; б) галстук; в) небольшая картина; г) деловой календарь; д) спиртные напитки; е) цветы; ж) авторучка; з) конфеты; и) пепельница; к) парфюмерия; л) книга подарочного издания; м) гравюра; н) косметика; о) предметы личной гигиены; п) визитница; р) колготки; с) носки.

Образец выполнения: 1: ..), ...; 2: ..), ...; 3: ..), ...; 4: ..), ...;

Задание № 15. Этикет телефонных переговоров в деловом общении. Назовите и охарактеризуйте важнейшие этические нормы и этикетные правила делового телефонного общения.

Задание № 16. Этикет телефонных переговоров в деловом общении. Назовите и проанализируйте основные правила пользования сотовым телефоном в ситуации делового общения.

Задание № 17. Составление резюме. Обычно в резюме отражают (уберите лишнее): 1. личные данные; 2. цель составления резюме; 3. привычки и психологические особенности; 4. образование; 5. опыт работы в обратном хронологическом порядке; 6. карьерные планы; 7. семейное положение; 8. предпочтения в области культуры; 9. дополнительная информация.

Задание № 18. Составление резюме. Дополнительная информация при составлении резюме может включать (уберите лишнее): 1) владение иностранными языками (уровень владения), 2) владение компьютерными программами; 3) интересы в области искусства; увлечения и т.д.).

Задание № 19. Составление резюме. Основные требования к резюме (уберите лишнее): 1. объем не более одной стороны листа формата А4; 2. стиль изложения резюме свободный, произвольный; 3. формулировки предложений должны быть четкими и краткими; 4. в каждом предложении должно быть местоимение «я»; 5. резюме должно быть написано простым и понятным языком; 6. бумагу лучше использовать белую, а шрифт – черный; 7. содержание резюме должно быть остроумно и оригинально; 8. по внешнему виду резюме должно напоминать праздничное приглашение.

Задание № 20. Этикетные нормы приветствия. Заполните таблицу. Поставьте знак (крестик или галочку), указав того, кто должен быть первым в разных ситуациях:

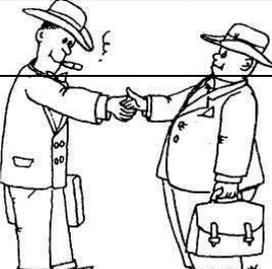
№ п/п	Ситуация или вариант встречи сотрудников	Должен быть первым при:		
		приветствии	рукопожати	представлении
1	Мужчина Женщина			
2	Старший по возрасту Младший по возрасту			
3	Старший по должности Младший по должности			
4	Проходящий мимо группы Стоящий в группе			
5	Входящий в комнату Находящийся в комнате			
6	Обгоняющий идущего			
7	Руководитель делегации, входящей в комнату Руководитель делегации, находящейся в комнате			

**II. Задания реконструктивного уровня, позволяющие оценивать и диагностировать умения синтезировать, анализировать, обобщать фактический и теоретический материал с формулированием конкретных выводов, установлением причинно-следственных связей.**

<u>Задание № 1.</u>	Схема								
<p>Используя схему, поясните, как эти нравственные категории трактуются в деловом этикете.</p> <p>Покажите, что в основе делового этикета есть универсальные нравственные принципы, которые актуальны для разных культур и периодов. При этом дополните материал схемы примерами из других религий и традиций.</p>	<p style="text-align: center;"><b>Основные категории конфуцианской этики</b></p> <table style="width: 100%; text-align: center;"> <tr> <td style="border: 1px solid black; padding: 5px;"><b>Жэнь</b></td> <td style="border: 1px solid black; padding: 5px;"><b>Ли</b></td> <td style="border: 1px solid black; padding: 5px;"><b>И</b></td> <td style="border: 1px solid black; padding: 5px;"><b>Чжи</b></td> </tr> <tr> <td style="border: 1px solid black; padding: 5px;">"Гуманность"</td> <td style="border: 1px solid black; padding: 5px;">"Благопристойность"</td> <td style="border: 1px solid black; padding: 5px;">"Справедливость"</td> <td style="border: 1px solid black; padding: 5px;">"Мудрость"</td> </tr> </table> <p>Покажите и проанализируйте важность следования этим нравственным принципам в деловой активности. Поясните, почему делать это выгодно для делового человека.</p>	<b>Жэнь</b>	<b>Ли</b>	<b>И</b>	<b>Чжи</b>	"Гуманность"	"Благопристойность"	"Справедливость"	"Мудрость"
<b>Жэнь</b>	<b>Ли</b>	<b>И</b>	<b>Чжи</b>						
"Гуманность"	"Благопристойность"	"Справедливость"	"Мудрость"						

<u>Задание № 2.</u>	
<p><u>Какое правило делового этикета в общении с аудиторией нарушил этот оратор с карикатуры Херлуфа Бидструпа?</u></p> <p><u>Почему так важно соблюдать правило, которое он нарушил?</u></p> <p><u>Какие проблемы возникают при его нарушении?</u></p> <p><u>Как можно предотвратить эти нарушения в деловом общении?</u></p> <p><u>В каких видах делового общения такие нарушения возникают особенно часто и почему?</u></p>	

<u>Задание № 3.</u>	
<p><u>Какие нормы деловой этики и принципы делового этикета нарушает изображенный на карикатуре руководитель?</u></p> <p><u>Можно ли назвать его мудрым и дальновидным, а его стиль руководства – эффективным? Аргументируйте свой ответ.</u></p> <p><u>Как в этой ситуации следует вести себя подчиненному?</u></p>	

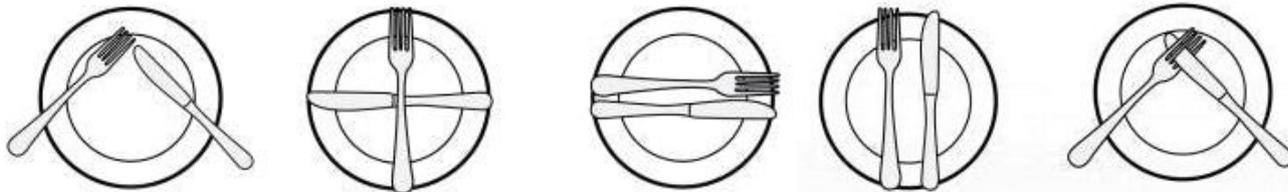
<u>Задание № 4.</u>	
	

<p><u>Охарактеризуйте данную форму приветствия в деловом общении.</u>  <u>Каким образом в ней проявляется психология взаимоотношений?</u>  <u>Назовите и прокомментируйте основные этикетные нормы, которые регулируют её применение</u>  <u>В каких культурах такой вариант приветствия не допускается?.</u></p>	
---	--

<u><i>Задание № 5.</i></u>	
<p><u>Оцените соблюдение норм делового этикета сотрудниками учреждения, изображенного на карикатуре Херлуфа Бидструпа.</u></p> <p><u>Какие моменты стандартного внутрикорпоративного этикета здесь явно нарушены?</u></p> <p><u>Проанализируйте ситуацию и укажите возможные причины этих нарушений. Назовите главную из этих причин.</u></p> <p><u>Укажите возможные последствия таких нарушений этикета.</u></p> <p><u>Дайте конкретные рекомендации по нормализации отношений внутри этого коллектива.</u></p>	<p><small>Круг замкнулся</small></p>

<u><i>Задание № 6.</i></u>		<p><u>Сопоставьте категории конфуцианской этики с базовыми основами современного делового этикета и укажите те его принципы и идеи, которые по смыслу как-то совпадают с этими категориями.</u></p> <p><u>Проиллюстрируйте каждую из категорий конкретным примером из области делового этикета.</u></p> <p><u>Поясните важность соблюдения подобных этических норм в сфере делового общения и аргументируйте свой ответ.</u></p>
Название	Смысл категории конфуцианской этики	
Жэнь	Милосердие, гуманность, человечность: «Чего не желаешь себе, того не делай другим»	
И	Долг/справедливость (должная справедливость, чувство долга); моральные принципы совершенного человека.	
Ли	Ритуал, церемония, нормы поведения: «Не знать этикет – значит не иметь возможности укрепиться в должном положении»; «Воспитанный человек предъявляет требования к себе, низкий человек предъявляет требования к другим».	
Чжэн-мин	Каждый должен вести себя соответственно своему статусу: «Государь есть государь, отец есть отец, сын есть сын».	
Сяо	Сыновняя почтительность и почитание старших: «Служи своему отцу так, как бы требовал от сына служить себе. Служи своему правителю так, как бы требовал от подчинённого служить себе».	
Чжун	Нравственный авторитет правителя: «Если власть не будет алчна, то и люди не будут воровать».	

*Задание № 7*



Укажите значение этих положений столовых приборов на тарелке (от 1 до 5 слева направо).

### Задание № 8.

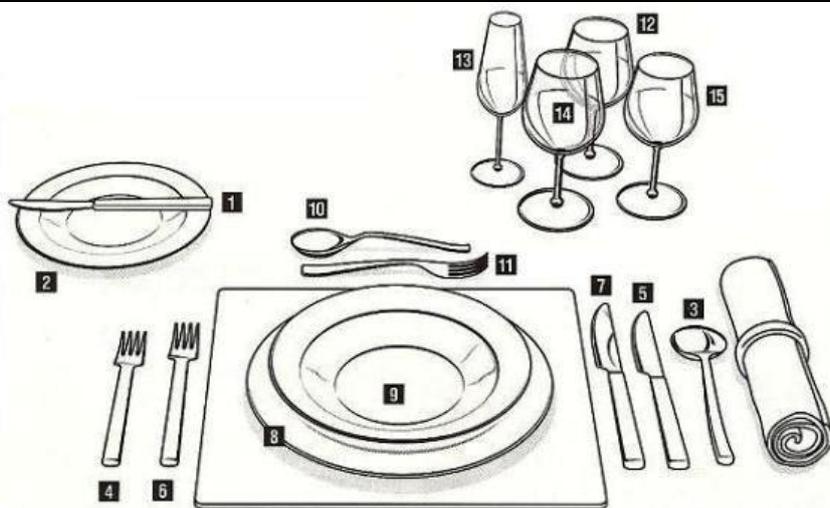
Назовите и охарактеризуйте нормы и принципы делового этикета, нарушенные тем начальником, с которым спорил герой карикатуры.

Назовите и охарактеризуйте тот стиль руководства, которого этот начальник, видимо, придерживается.

Какие этикетные и общие рекомендации можно дать сотруднику, который «сильно сглупил»?



### Задание № 9.



Укажите назначение показанных на рисунке предметов сервировки.

Какие столовые приборы могли бы дополнить эту сервировку в другом случае?

В каком порядке изображенные на рисунке столовые приборы, используются во время еды?

Какие другие нормы этикета нужно при этом соблюдать?

Назовите и охарактеризуйте не менее 2 видов делового приёма (1. с рассадкой гостей; 2. без рассадки гостей).

### Задание № 10.



<p><u>Объясните, используя данную иллюстрацию, как правильно подобрать повседневный гардероб для деловой женщины на разные случаи жизни.</u></p> <p><u>Назовите основные ограничения, которые должна соблюдать деловая женщина, подбирая одежду.</u></p> <p><u>Какой должна быть обувь деловой женщины?</u></p> <p><u>Какие украшения могут дополнить её костюм?</u></p> <p><u>Назовите основные аксессуары деловой женщины и дайте им характеристику.</u></p> <p><u>Укажите и охарактеризуйте неназванные выше важные элементы имиджа деловой женщины.</u></p>	
---	--

<p><u><i>Задание № 11.</i></u></p> <p>Охарактеризуйте этикетные нормы, регулирующие поведение людей в основных формах делового общения (не менее 2-х на выбор).</p> <p>Назовите базовые принципы этикета в деловом общении и оцените роль этикета в этом процессе.</p>	<p style="text-align: center;">Схема</p>
--	--

<p><u><i>Задание № 12 .</i></u></p> <p><u>Объясните, пользуясь данной схемой, какое взаимное расположение начальника (Н) и подчиненного (П) за рабочим столом: а) формальное иерархическое, б) коллегиальное рабочее и в) неформальное дружеское.</u></p> <p><u>Приведите аргументы в подкрепление своего мнения.</u></p>	<p style="text-align: center;">Схема</p>
---	--

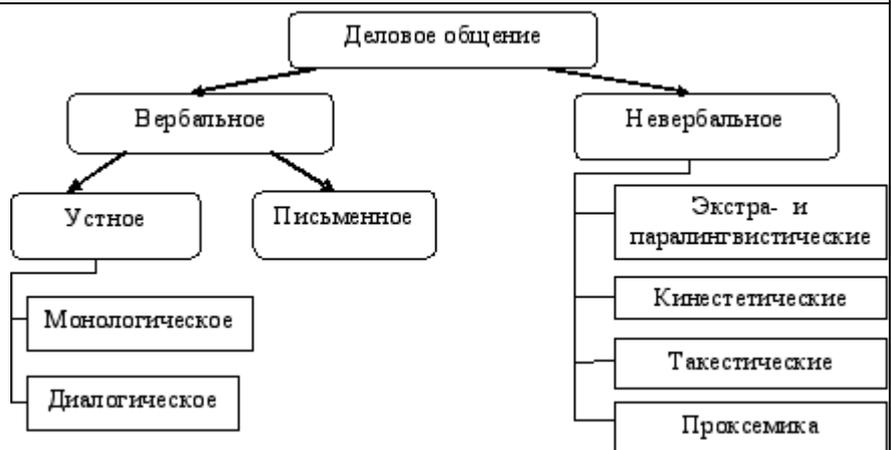
<p><u><i>Задание № 13.</i></u></p> <p><u>Какое положение ладони считается: а) агрессивным; б) доверительным; в) доминирующим? Объясните свой выбор.</u></p> <p><u>Укажите, в каких случаях уместно каждое из них.</u></p> <p><u>Назовите правила делового этикета, регламентирующие формы невербального общения в деловой среде (не менее 2).</u></p>	<p style="text-align: center;">Схема</p>
---	--

Задание № 14.

Укажите такие этикетные нормы, которые будут общими для всех видов делового общения.

Укажите несколько (не менее 3-х на выбор) видов специфических этикетных норм, регулирующих те или иные формы вербального и невербального общения в сфере деловых отношений. Приведите примеры реализации этих норм.

Схема



Задание № 15.

Объясните, какие правила составления резюме могли быть нарушены поступающим на работу кандидатом.

Что должно быть обязательно отражено в резюме?

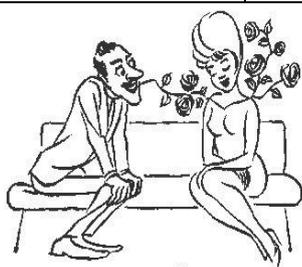
Почему при составлении резюме не следует пытаться преувеличивать или преуменьшать свои достоинства?

Попытайтесь составить собственное резюме.

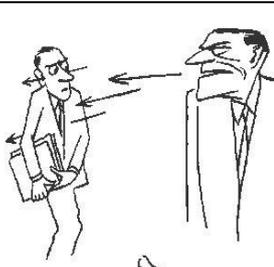


Задание № 16.

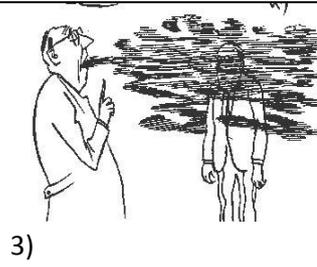
Назовите и охарактеризуйте те стили речевого общения, которые изображены на карикатурах Х. Бидструпа. Укажите их достоинства и недостатки. Какие из этих стилей и почему противоречат нормам делового этикета?



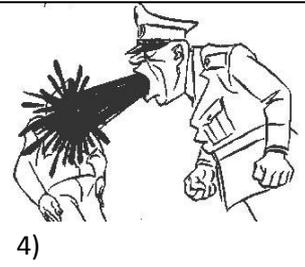
1)



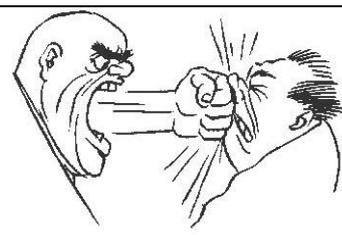
2)



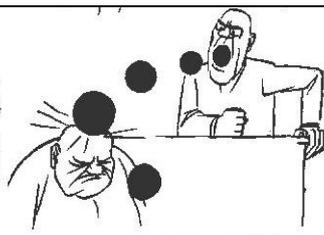
3)



4)



5)



6)



7)



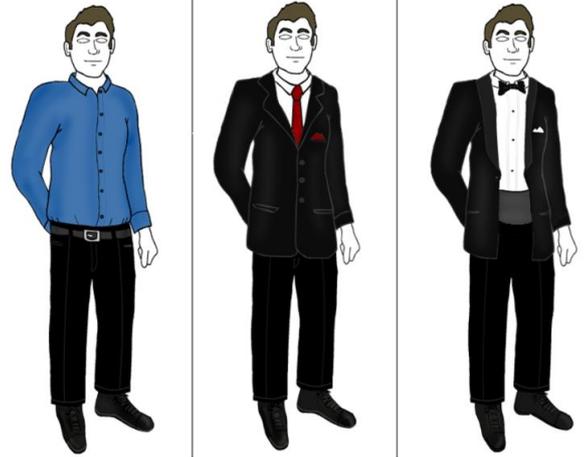
8)

Задание № 17.

Какие стили деловой мужской одежды отражены в этих иллюстрациях? Охарактеризуйте каждый из них и назовите основные необходимые предметы гардероба для каждого стиля.

Назовите те ситуации, в которых уместно будет носить одежду и обувь того или иного стиля.

Охарактеризуйте основные аксессуары и другие детали имиджа делового мужчины.



Задание № 18.

Какие нормы делового этикета нарушает в данном случае руководитель, изображенный на рисунке?

Какие важные этические нормы им нарушены?

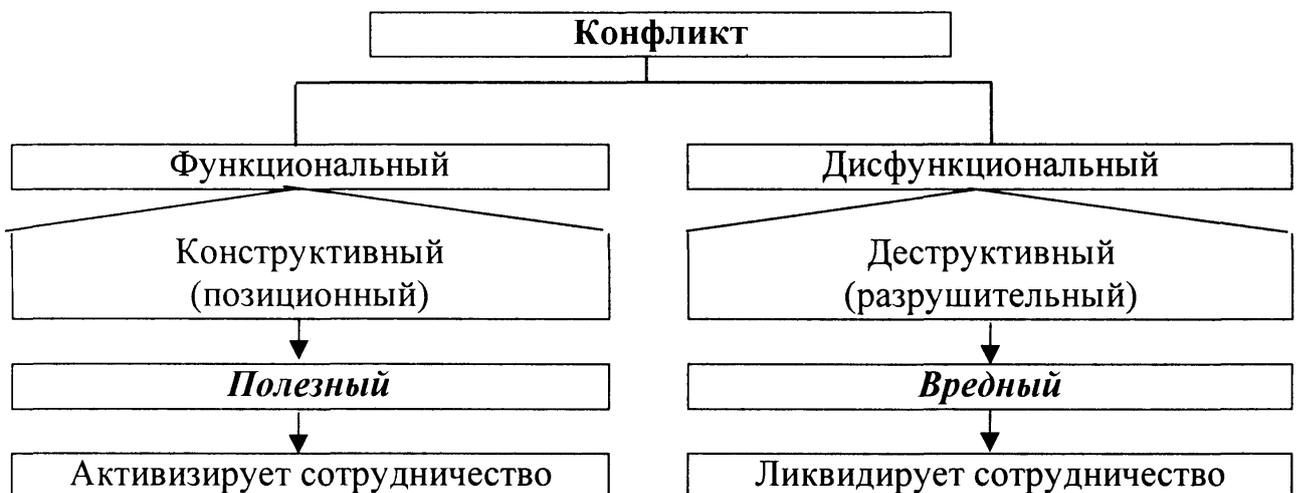
Как должен был бы руководитель вести себя в полном соответствии с этикетом?

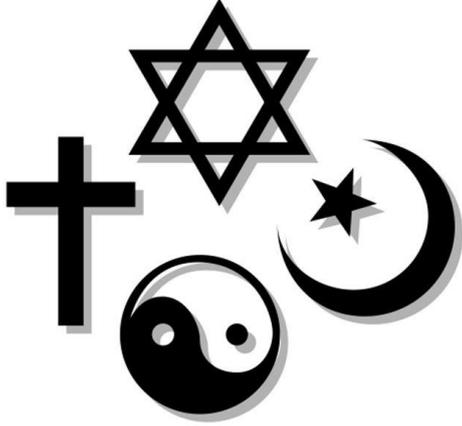
Какие проблемы могут возникать в жизни и деятельности его трудового коллектива из-за подобных нарушений со стороны руководителя?



Задание № 19

Каковы, с точки зрения делового этикета, основные правила поведения в тех ситуациях, которые отражены в данной схеме? Приведите примеры таких ситуаций в деловой среде, проанализируйте их и дайте рекомендации правильного поведения в этих случаях.



<u>Задание № 20.</u>	Схема
<p><u>Дайте основные рекомендации, как в соответствии с этикетом правильно организовать деловой приём для представителей обозначенных на данной схеме культурных традиций (не менее 2-х на выбор).</u></p> <p><u>Поясните причины, по которым при общении с деловыми партнёрами из стран, представляющих эти традиции нужно соблюдать определённые правила и ограничения. Укажите эти правила и ограничения в некоторых случаях.</u></p> <p><u>Проанализируйте на конкретном примере влияние религии на деловой этикет в той или иной стране.</u></p>	

<u>Задание № 21.</u>	
<p><u>Охарактеризуйте возможные нарушения делового этикета в коллективе с подобным стилем деловых отношений.</u></p> <p><u>Укажите важнейшие проблемы, которые возникают в таком коллективе и назовите их вероятные причины.</u></p> <p><u>Дайте рекомендации по устранению данных проблем.</u></p>	

Задание 22. Как руководитель организации разработайте комплекс предложений по выработке правил поведения для своих сотрудников на своём рабочем месте (предписания и запреты). Логически обоснуйте свои предложения, их рациональность и практическую пользу.

Задание 23. Выберите из предлагаемых правил те, которые не имеют отношение к этикету. Укажите, какими критериями Вы руководствовались при выборе. Прокомментируйте те правила этикета, которые здесь приведены, с точки зрения важности их соблюдения:

1) соблюдайте личную гигиену; 2) уходя, отключайте электроприборы; 3) всегда соблюдайте законы своего государства; 4) вилку держите в левой руке, а столовый нож в правой; 5) всегда здоровайтесь при встрече со знакомыми людьми; 6) уступайте место старшим; 7) подвергайте всё сомнению; 8) не сотвори себе кумира.

Задание 24. Дополните пропущенные фрагменты в тексте корпоративных «Правил поведения сотрудников». Поясните значимость соблюдения этих правил для эффективной работы.

3.1. Взаимоотношения между сотрудниками строятся на принципах ....., в них не допускается ....., ущемление .... других лиц, нанесение им ....., совершение .... действий.

3.2. Сплоченность ..... — вот важные условия совместности в коллективе и сохранения в нем высоконравственной атмосферы. Индивидуальные честь и достоинство сотрудников неотделимы от нравственно здорового образа жизни, в котором нет места..... Необходимо соблюдение общей культуры поведения, в особенности таких ее непреложных норм, как .....

3.3. Сотрудники обязаны приходить на работу без.... Внешний вид сотрудников должен быть... В одежде предпочтителен ..... стиль. Войдя в здание, мужчины..... Верхнюю одежду следует .....

3.4. В одежде настоятельно рекомендуется избегать ..... Нельзя приходить в ..... костюмах и ..... обуви. В женской одежде исключены ..... Женщинам не рекомендуется ношение .....

3.5. Сотрудникам принято обращаться друг к другу..... При общении сотрудники не должны допускать по отношению друг к другу.... Недопустимо публичное .... между сотрудниками.

3.6. Если у входных дверей образовалась очередь, мужчины должны.....

3.7. Сотрудники при встрече обязательно ..... (при этом желательна ....) в следующем порядке: мужчины — женщин, младшие по возрасту или должности — старших. Исключение составляет .... — здесь инициатива может исходить только от старшего по возрасту или по статусу. При равенстве пола, возраста и социального статуса первым .... тот, кто лучше воспитан.

3.8. Во время официальных мероприятий (собраний, совещаний, заседаний) у всех мобильных средств связи необходимо .....

3.9. На различных мероприятиях (собраниях, торжественных заседаниях, деловых встречах, концертах, праздниках) к выступающим необходимо относиться ....., соблюдать ..... В случае необходимости разрешается покидать зал во время .....

Задание 25. Сформулированные в одном из пособий советы для руководителя представляют собой ряд разумных практических рекомендаций. Попробуйте восстановить их первоначальный текст.

1. Не кричи – кричащего .....

2. Умей говорить «.....».

3. Руководитель не обижается, он .....

4. Не вмешивайся ..... в дела подчиненных.

5. Умей отказаться от своего неверного.....

6. Убеждая, не пользуйся ....., пока не исчерпал остальные средства.

7. Всегда ..... за хорошую работу.

8. Не делай замечаний в присутствии .....

9. Умей критиковать .....

10. Будь начальником лишь .....

11. Знание ..... подчиненных – достоинство и преимущество руководителя.

12. Приписывание заслуг коллектива одному лицу – лучший способ ..... работу.

13. Требуй выполнения правил только в том случае, если .....

14. Помни, что твои ..... умножаются на число подчиненных, для которых ты авторитет и объект для подражания.

### **III. Задания творческого уровня, позволяющие оценивать и диагностировать умения, интегрировать знания различных областей, аргументировать собственную точку зрения.**

Задание № 1. Подготовка презентаций (с использованием компьютерных технологий) с последующим обсуждением материалов по разделу 1 «Сущность делового этикета (История этикета)» (совершенствование способов поиска, обработки и предоставления новой информации; развитие аналитических и коммуникативных навыков). Тема работы формулируется самостоятельно в зависимости от желания и возможностей учащегося по данным направлениям.

Примерные направления выбора темы:

- 1) Зарождение основ этикета в культуре первобытного общества.
- 2) Этикет в цивилизациях Древнего Востока (Египет, Китай, Индия, Междуречье).
- 3) Этикет в эпоху античности (Древняя Греция и Древний Рим);
- 4) Этикет в культуре европейского Средневековья;
- 5) Этикет в традиционной культуре стран арабского Востока.
- 6) Этикет в культуре средневековой Руси;
- 7) Этикет в Европе в эпоху Возрождения.
- 8) Этикет в европейской и русской культуре XVIII века;
- 9) Этикет в Европе и России в XIX веке;
- 10) Этикет в европейской культуре XX века.
- 11) Специфика советского этикета.
- 12) Основные направления в развитии современного этикета.

Задание № 2. Реферат по одной из тем в рамках раздела 8 «Этикетные нормы поведения на деловом приёме и за столом».

Примерная тематика:

- 1) Специфика делового приёма.
- 2) Особенности разных видов деловых приёмов.
- 3) Организация и проведение домашнего делового приёма.
- 4) Деловой завтрак, обед и ужин в ресторане или кафе.
- 5) Фуршет как форма делового приёма.
- 6) Чайный или кофейный стол как форма делового приёма.
- 7) Особенности делового приёма по типу «Коктейль».
- 8) Специфика делового приёма-барбекю.
- 9) Разные виды делового приёма по типу банкета.
- 10) Дресс-код для присутствующих на разных видах делового приёма.
- 11) Правила поведения гостей на деловых приёмах.
- 12) Правила рассаживания гостей за столом на деловом приёме.
- 13) Этикетные нормы поведения за столом на деловом приёме.
- 14) Правила пользования столовыми приборами.
- 15) Учет национальных и религиозных традиций при подготовке деловых приёмов.

Задание № 3. Разработка тематического кроссворда/структурно-логической схемы по теме «Деловая этика как наука». Используйте не менее 15 взаимосвязанных понятий по данной теме. Термины можно брать из задания 11 1-го уровня (терминологический диктант)

Задание № 4. Теоретический анализ проблемы по разделу 6 «Имидж делового человека как проявление этикетных норм» (на выбор).

- 1) Этикетные нормы относительно поведения и внешности делового человека.
- 2) Консерватизм, сдержанность и аккуратность как черты делового стиля.
- 3) Соблюдение речевого этикета как основа позитивного имиджа.
- 4) Дресс-код как часть делового этикета.
- 5) Личная гигиена как важная составляющая имиджа.

- 6) Гендерные аспекты имиджевого этикета.
- 7) Одежда, внешний вид и аксессуары современного делового мужчины.
- 8) Особенности деловой одежды современной женщины.
- 9) Роль причёски, украшений, макияжа и аксессуаров во внешнем облике деловой женщины.
- 10) Хорошие манеры как важный элемент имиджа современного делового человека.

Задание № 5. Подготовка презентаций (с использованием компьютерных технологий) с последующим обсуждением материалов по разделу 2 «Речевой этикет в деловом общении» (совершенствование способов поиска, обработки и предоставления новой информации; развитие аналитических и коммуникативных навыков).

Примерная тематика:

- 1) Понятие о культуре речи.
- 2) Речевое поведение. Социальные роли говорящих.
- 3) Этикет и речь. Значение речевого этикета.
- 4) Речевой этикет и вежливость.
- 5) Речевой этикет и работа с людьми.
- 6) Особенности речевого этикета в деловом общении.
- 7) Нормы речевого этикета в ситуации делового общения.
- 8) Этикетные формулы знакомства, представления, приветствия и прощания.
- 9) Особенности обращения как формулы речевого этикета.
- 10) Лексика и стиль деловой беседы.
- 11) Правила речевого этикета в деловой корреспонденции.
- 12) Влияние национальных традиций на нормы речевого этикета.

Задание № 6. Составьте план и примерный текст выступления перед своим коллективом по теме «Значение этикета в деятельности нашей организации» (продолжительность 5 минут). Ваше выступление должно быть аргументированным и убедительным..

Задание № 7. Народные традиции деловой этики и делового этикета в отечественной культуре. Русские пословицы содержат в себе многовековой опыт, связанный со сферой трудовой деятельности и отношений собственности. Многие его моменты прямо перекликаются с кодексами трудовой этики и нормами этикета, которые действуют в современном обществе. Выберите не менее 5 из этих пословиц и «переведите» их на язык современной деловой этики и этикета.

1. Авось, небось да как-нибудь - добра не будет.
2. Коль работаешь вкупе (совместно), так не болит в пупе.
3. Не трудно сделать, да трудно задумать.
4. Больше знай, да меньше бай (говори). Больше думай, меньше говори.
5. Не жаль добра, жаль, что напрасно тратится.
6. Кто копейки не щадит, тому и рубль нипочем. Кто копейки не бережет, тот сам гроша не стоит.
7. И кнутом можно коня накормить, только прежде овса дай.
8. Кто любит труд, того люди чтут. Работа да руки – надёжные в людях поруки.
9. Труд человека кормит, а лень портит. Лежит лежень до вечера, а поесть нечего.
10. Кто сам ко всем лицом, к тому и добрые люди не спиной.
11. Терпенье и труд всё перетрут. Глаза боятся, а руки делают.
12. Кто сам себя хвалит, в том пути не бывает.
13. Не тронь, не вороши, коли руки не хороши.
14. Кто за все берется, тому ничего не удастся.
15. Не тычь носа в чужое просо.
16. Делай как-нибудь, так никак и не будет. Делай дело не по конец пальцев!
17. Ремесло – не коромысло, плеч не оттянет. Ремесло есть-пить не просит, а хлеб приносит.
18. Хороший товар сам себя хвалит.
19. Продавцу воля, покупателю другая. У купца цена, у покупателя другая.
20. Деньга счет любит, а хлеб меру. Без счету и денег нету.

Задание № 8. Подготовка к конференции»: «Этикет поведения на деловом приёме и за столом».

А) Составьте реферат (или презентацию) по одной из предложенных тем (см. выше задание 2).

Б) Подготовьтесь к активному обсуждению основных концептов общей темы конференции.

Основные концепты:

- Деловой приём – это не форма отдыха или развлечения, а один из вариантов осуществления деловых отношений. Пребывание на деловом приёме имеет вполне конкретную цель, связанную с трудовой деятельностью коллектива и отдельного сотрудника.
- Специфика разных видов делового приёма отражает те задачи, которые он должен решать, исходя из конкретных условий определённой ситуации. Поэтому организатор приёма должен прежде всего отчетливо понимать свои цели и точно оценивать свои возможности.
- Поведение делового человека на приёме должно быть ориентировано на то, чтобы завязывать, поддерживать и укреплять взаимовыгодные деловые отношения. Ни один из моментов этого поведения не должен нанести урон его репутации и карьере.
- Точное соблюдение этикетных норм и рекомендаций относительно дресс-кода на разных формах делового приёма позволяет избежать неловкости и в любой ситуации чувствовать себя комфортно. При этом деловой человек не лишается возможности проявить свой индивидуальный вкус и предпочтения в области моды.
- Позитивный морально-психологический климат во время проведения делового приёма – важный залог его успешности. Все участники приёма должны стремиться к безукоризненному соблюдению этикетных норм в общении друг с другом. Пренебрежение этикетными нормами в этом случае может привести к негативному результату.
- Деловой человек должен хорошо знать правила поведения на различного рода деловых приёмах и нюансы использования столовых приборов. Эти навыки должны быть отработаны и закреплены, чтобы поведение было свободным и естественным в рамках правил.
- Хорошие манеры – один из важнейших компонентов личного капитала делового человека, важный залог его успеха в профессиональной деятельности. Деловой приём – прекрасный способ продемонстрировать свои манеры и укрепить репутацию.

Задание № 9. Проанализируйте проблемы в развитии современной культуры делового общения в России и предложите возможные пути их решения, приведите соответствующие примеры.

- «Перестройка» и произошедший в 1991 г. распад СССР, сопровождавшийся крахом социалистической системы, оказали сильнейшее влияние на социально-экономическую жизнь страны. Это стало причиной глубоких системных изменений в самом типе экономики, сравнимых по своим масштабам и значимости с изменениями в результате преобразований советского периода. Сложный и болезненный процесс этих изменений многими воспринимается как национальная катастрофа. По мнению многих специалистов, новый тип экономики пока что не решил большинства возникших ранее социально-экономических проблем российского общества, но при этом создал новые.
- Однако никто не отрицает того, что отношения в сфере труда коренным образом изменились. Допущение частной собственности и частного предпринимательства как важнейших компонентов новой экономики, уход государства с позиции главного и практически единственного работодателя, появление иностранного капитала и иностранных фирм в российской экономике – всё это требует формирования на уровне общества новых традиций в сфере деловой этики.
- Одним из важнейших препятствий на этом пути являются некоторые элементы традиционной для русской культуры системы ценностей (негативное отношение к богатым и богатству, подавление индивидуального начала, непривычка к аккуратной и систематической

работе и др.). Проблема приспособления российского общества к новой системе ценностей и другому типу отношений в сфере труда связана с общим процессом изменений в стране. Попытка власти искусственно насаждать в российском обществе несвойственные ему европейские модели деловых отношений, формировать позитивное отношение к частному бизнесу и прививать россиянам уважение к частной собственности пока что не дали желаемого результата.

– Отсутствие общепринятых идеалов, кризис системы ценностей и сложная ситуация на рынке труда зачастую ставит работодателей и сотрудников в положение враждующих сторон. Слабая (практически сведённая к нулю) роль профсоюзов и «прорехи» в трудовом законодательстве России создаёт у многих наёмных работников ощущение незащитности и отсутствия реальных прав. В таких условиях им сложно согласиться с тем, что соблюдение ими норм деловой этики послужит им на благо. Напротив, они могут рассматривать это негативно.

– Проблема возрождения лучших досоветских традиций в сфере деловых отношений – одна из важнейших в современном российском обществе. Без этого невозможно успешное развитие нашей экономики. Но в условиях углубляющихся социальных противоречий и растущего разрыва в уровне жизни между богатыми и бедными интерес к этим традициям со стороны большинства российских граждан довольно невелик. Этому препятствует и падающий уровень образования.

#### Задание № 10. «Характеристика».

Представьте, что Вам как начальнику необходимо дать характеристику своему сотруднику в связи с переходом на новое место работы. Вначале от лица сотрудника оцените каждое высказывание, приведенное ниже, от 0 до 10. Затем уже как начальник на основе этих полученных данных составьте характеристику (дайте деловую рекомендацию).

Мышление. Проблемное (могу заранее обнаруживать трудности, находить пути их преодоления). Системное (умею учитывать все, что влияет на результат). Опережающее (предвижу последствия принимаемых решений). Профессиональное (активно применяю специальные знания). Гибкое (могу использовать предложения, противоположные собственным). Аналитичное (умею отличать мнение от фактов). Безынерционное (опыт и знания не мешают мне принимать оригинальные решения). Оперативное (быстро реагирую на изменение обстановки). Методичное (могу осмысливать ситуацию последовательно, не отклоняясь от цели).

Психические черты. Настойчив. Способен к разумному риску. Терпелив (готов к однообразной и трудной работе). Инициативен (способен самостоятельно выдвигать идеи и осуществлять их). Целенаправлен (не увлекаюсь нереальными предложениями). Умею видеть себя глазами других. Адаптивен (быстро приспособливаюсь к меняющимся условиям). Владею собой (умею сдерживать себя в сложной эмоциональной обстановке и настраиваться на любую работу). Надежен (внутренне настроен на выполнение обещанного).

Этические характеристики. Принципиален в конфликтных ситуациях. Требователен прежде всего к себе. Самокритичен. Не пользуюсь сплетнями для оценок других людей. Оцениваю чужие предложения независимо от личных симпатий. Вовремя отказываюсь от своих неверных решений. Составляя мнение о людях, отделяю случайное от главного. Не вспоминаю старое, если человек исправил ошибку. Бдителен, когда слышу лесть.

Отношение к работе. Если надо, готов работать сверхурочно. Неудачи в работе воспринимаю как личные. Поддерживаю любые начинания, способствующие успеху. Не бросаю работу, пока не закончу. Не гоняюсь за количеством в ущерб качеству. На первое место ставлю интересы дела. Умею работать, даже если это скучно. Не люблю бездельничать, делаю больше, чем требуется. Умение принимать решение. Важные решения обсуждаю с коллективом. Ответственность за выполнение беру на себя. Решения принимаю быстро и смело.

На основе полученных ответов составляется подробная психодиагностическая характеристика.

Например: Тов. К. способен мыслить проблемно, заранее обнаруживать возможные трудности. Умеет учитывать все факторы и предвидеть последствия принимаемых решений.

Профессионален, накопленные опыт и знания не мешают ему принимать оригинальные решения. Настойчив, способен к разумному риску, инициативен, но не может быстро

реагировать на изменение обстановки. Склонен увлекаться рискованными предложениями. В критических ситуациях бывает несдержан... и т. д.

---

## Перечень дискуссионных тем для диспута

### Этикет подарков и сувениров в сфере деловых отношений

1. Подарок – знак внимания или формальная обязанность?
2. В чём значение делового подарка?
3. Особенности выбора и преподнесения подарков в сфере деловых отношений.
4. Должны ли семейные события быть поводом для подарка в деловой среде?
5. Могут ли цветы быть подарком в деловых отношениях?.
6. Какие подарки недопустимы в деловой среде?
7. Как правильно определить стоимость подарка в сфере деловых отношений?
8. Как учесть гендерные аспекты и национальные традиции при выборе подарка?
9. Что можно подарить коллегам и сослуживцам по различным поводам?
10. Как правильно сделать выбор подарка для начальника?
11. Что лучше подарить деловым партнёрам и служащим других фирм?
12. Подарок и сувенир – есть ли между ними существенные различия?
13. Существует ли специфика сувениров в сфере деловых отношений?
14. Нужно ли дарить сувениры с фирменной символикой?
15. Можно ли в деловых отношениях обойтись без подарков и сувениров?

### Темы эссе, докладов, рефератов/контрольных по дисциплине «Деловой этикет»

#### 1. Эссе по теме: «Имидж делового человека как проявление этикетных норм».

- Имидж как один из факторов успешной карьеры делового человека.
- Этикетные нормы, регламентирующие поведение и внешний вид делового человека.
- Консерватизм, сдержанность и аккуратность как черты делового стиля.
- Внешний вид как важнейший элемент имиджа делового человека.
- Дресс-код как часть делового этикета.
- Личная гигиена как составная часть имиджа делового человека.
- Гендерные аспекты имиджевого этикета.
- Соблюдение речевого этикета как часть имиджа делового человека.
- Одежда, внешний вид и аксессуары делового мужчины.
- Особенности одежды, обуви и аксессуаров деловой женщины.
- Роль причёски, украшений и макияжа во внешнем облике деловой женщины.
- Хорошие манеры как важный элемент имиджа делового человека.

#### 2. Рефераты/контрольные по теме: «Этикетные нормы поведения на деловом приёме и за столом».

- Роль делового приёма в налаживании и поддержании деловых отношений.
- Специфика делового приёма и поводы для его проведения.
- Особенности разных видов деловых приёмов.
- Организация и проведение домашнего делового приёма.
- Деловой завтрак, обед и ужин в ресторане или кафе.
- Фуршет как вид делового приёма.
- Чайный или кофейный стол как вид делового приёма.
- Коктейль как вид делового приёма.
- Барбекю как вид делового приёма.
- Особенности разных видов банкета.
- Дресс-код для присутствия на деловых приёмах разного типа.

- Правила поведения на деловых приёмах разного типа.
- Правила рассаживания гостей за столом на деловом приёме.
- Этикетные нормы поведения за столом на деловом приёме.
- Правила пользования столовыми приборами на деловом приёме.
- Учет национальных и религиозных традиций при подготовке деловых приёмов.

3. Примерная тематика докладов и рефератов/контрольных для самостоятельной (с элементами научного исследования) работы студентов.

1. Сущность этикета и его роль в обществе. Этикет как выражение социальных норм.
2. Происхождение и развитие этикетных норм. Исторические типы этикета.
3. Деловой этикет как особое направление в развитии этикетных норм.
4. Сущность делового этикета.
5. Структура и функции делового этикета.
6. Нравственные и эстетические основы делового этикета.
7. Общие правила и принципы делового этикета.
8. Взаимосвязь делового этикета и общественного сознания.
9. Долг, ответственность, совесть и гуманность как основы в делового этикета.
10. Понятие чести и достоинства в деловом этикете.
11. Соотношение деловой этики и делового этикета.
12. Формирование и развитие норм делового этикета в европейской культуре.
13. Соотношение профессионального и нравственного долга в поведении делового человека.
14. Ритуалы и церемонии в системе делового этикета.
15. Деловой этикет и конфликтные ситуации в профессиональной среде.
16. Этикет и имидж делового человека.
17. Внешний вид делового человека.
18. Роль речевого этикета в деловом общении.
19. Лексика и стиль деловой беседы.
20. Основные формы речевого этикета в среде современного бизнеса.
21. Служебная переписка как важная часть делового этикета.
22. Этикет приветствия и представления в жизни делового человека.
23. Основные правила и нормы ведения деловых переговоров.
24. Этикетные нормы в современной сфере управления.
25. Этика и этикет в сфере рекламы.
26. Этика и этикет в государственном управлении и социальной сфере.
27. Толерантность как одна из основ делового этикета.
28. Этикет в компьютерных сетях.
29. Деловой прием как форма общения.
30. Роль этикета в процессе формирования положительного образа фирмы.
31. Этикет общения между фирмами в европейских странах и США.
32. Соблюдение этикета как предпосылка продуктивного делового общения.
33. Этикет телефонных переговоров.
34. Телефонный этикет секретаря фирмы.
35. Этикетные нормы относительно использования жестов в деловом общении.
36. Правила этикета в деловой корреспонденции.
37. Этика и этикет в деятельности руководителя.
38. Этикет в отношениях руководителя и подчинённого.
39. Имидж современного руководителя.
40. Этикет делового общения с иностранными партнерами.
41. Специфика проведения деловых переговоров с представителями европейской культуры.
42. Традиции делового этикета в культуре России.
43. Религиозные этические нормы как фактор формирования и развития делового этикета.
44. Особенности делового этикета в культуре исламских стран.
45. Подарки и знаки внимания в отношениях между деловыми партнерами.
46. Этические и этикетные нормы в современном рекламном бизнесе.
47. Дресс-код современного делового человека.

48. Этикет в оформлении деловых бумаг.
49. Правила этикета в деловой корреспонденции.
50. Оформление и использование визитных карточек в деловом общении.
51. Этикет подарков и сувениров в деловой среде.
52. Подарки и знаки внимания в отношениях между деловыми партнёрами.
53. Учет гендерных аспектов, национальных традиций и статуса при выборе подарка.
54. Особенности деловых переговоров с представителями исламской культуры.
55. Толерантность как одна из основ современного делового этикета.
56. Специфика делового этикета в сфере услуг.
57. Деловой этикет в современной бизнес-среде США.
58. Исторические традиции и специфика делового этикета в Японии.
59. Специфика делового костюма современной женщины.
60. Формирование и развитие делового этикета в постсоветской России.
61. Поведенческие основы имиджа современного делового человека.
62. Основные формы речевого этикета в среде современного бизнеса.
63. Специфика поведения женщины-руководителя в современном обществе.
64. Деловой этикет в культуре Китая.
65. Этикетные нормы проведения делового совещания.

# Контрольные материалы.

## Вопросы к зачету.

1. Понятие этикета. Нравственные основы этикета.
2. Роль этикета в жизни общества и в развитии культуры.
3. Структура и функции делового этикета.
4. Общие правила и принципы делового этикета.
5. Деловой этикет как форма профессиональной коммуникации.
6. Общие принципы международного делового этикета.
7. Нормы речевого этикета в деловом общении. Значение речевого этикета.
8. Правила этикета в деловой корреспонденции.
9. Сущность субординации и её роль в деловом общении.
10. Основные правила поведения руководителя. Типичные ошибки руководителя.
11. Особенности и правила деловой переписки. Требования к деловому письму.
12. Правила оформления основных видов деловых бумаг.
13. Этические нормы и этикетные правила делового общения по телефону.
14. Понятие имиджа. Функции и структура имиджа.
15. Этикетные нормы относительно поведения и внешности делового человека.
16. Особенности выбора и преподнесения подарков в сфере деловых отношений.
17. Специфика сувениров в сфере деловых отношений.
18. Деловой приём. Особенности разных видов деловых приёмов.
19. Правила поведения на деловых приёмах.
20. Этикетные нормы поведения за столом.

## Перечень вопросов для собеседования по разделам дисциплины

### Раздел 1. Сущность делового этикета.

Понятие этикета.

Нравственные основы этикета.

Роль этикета в жизни общества и в развитии культуры.

Деловой этикет в современном обществе.

Структура и функции делового этикета.

Общие правила и принципы делового этикета.

Деловой этикет как регулятор отношений в сфере делового общения.

Деловой этикет как форма профессиональной коммуникации

Общие принципы международного делового этикета.

Своеобразие национальных традиций делового этикета в России.

### Раздел 2. Речевого этикет в деловом общении.

Понятие о культуре речи.

Значение речевого этикета.

Речевого этикет и работа с людьми.

Особенности речевого этикета в деловом общении.

Нормы речевого этикета в ситуации делового общения.

Лексика и стиль деловой беседы.

Правила этикета в деловой корреспонденции.

Влияние национальных традиций на нормы речевого этикета.

### Раздел 3. Этикет в деятельности руководителя.

Сущность субординации и её роль в деловом общении.

Гуманистические основы этического кодекса управленца.

Речевого этикет руководителя.

Основные правила поведения руководителя.

Соблюдение этикета как важный фактор успешного руководства.  
Типичные ошибки руководителя.  
Неформальные отношения руководителем с подчинёнными.  
Взаимоотношения руководителя и секретаря.

#### Раздел 4. Этикет оформления деловых и корреспонденции.

Особенности и правила деловой переписки.  
Общие требования к деловому письму.  
Структура делового письма.  
Типы деловых писем.  
Этикетные нормы в деловой переписке.  
Использование электронной почты.  
Этические нормы и этикетные правила в рекламных сообщениях.  
Правила оформления основных видов деловых бумаг.  
Главные требования к оформлению фирменных бланков.  
Виды и оформление визитных карточек.

#### Раздел 5. Этикет телефонных переговоров в деловом общении.

Особенности телефонного общения.  
Этические нормы и этикетные правила телефонного общения.  
Приветствие и представление в деловом телефонном разговоре.  
Деловая беседа по телефону.  
Правила передачи и приема телефонограммы.  
Пользование автоответчиком.  
Телефонный этикет секретаря фирмы.

#### Раздел 6. Имидж делового человека как проявление этикетных норм.

Понятие имиджа.  
Функции и структура имиджа.  
Этикетные нормы относительно поведения и внешности делового человека.  
Консерватизм, сдержанность и аккуратность как черты делового стиля.  
Дресс-код как часть делового этикета.  
Личная гигиена как важная составляющая имиджа.  
Одежда, внешний вид и аксессуары делового мужчины.  
Одежда, причёска, украшения, макияж и аксессуары деловой женщины.  
Хорошие манеры как важный элемент имиджа делового человека.

#### Раздел 7. Этикет подарков и сувениров в сфере деловых отношений.

Особенности выбора и преподнесения подарков в сфере деловых отношений.  
Поводы преподнесения подарков в деловой среде.  
Допустимые и недопустимые подарки в деловой среде.  
Учет гендерных аспектов и национальных традиций при выборе подарка.  
Подарки коллегам и сослуживцам по различным поводам.  
Выбор подарка для начальника.  
Подарки деловым партнёрам и служащим других фирм.  
Специфика сувениров в сфере деловых отношений.

#### Раздел 8. Этикетные нормы поведения на деловом приёме и за столом.

Специфика делового приёма.  
Особенности разных видов деловых приёмов.  
Разные виды банкета. Дресс-код для присутствия на деловом приёме.  
Правила поведения на деловых приёмах.  
Этикетные нормы поведения за столом.  
Правила пользования столовыми приборами.  
Учет национальных и религиозных традиций при подготовке деловых приёмов.

## Тест по теме «Этикет подарков и сувениров в сфере деловых отношений»

1. Подарки в деловых отношениях служат для: а) обозначения статуса б) укрепления дисциплины в) выражения индивидуальности г) налаживания связей с клиентами и бизнес-партнерами, улучшения климата в коллективе, упрочнения корпоративного духа;
2. Сувениры могут дарить в честь: а) юбилея фирмы, презентации новой продукции, государственного праздника б) юбилея сотрудника в) защиты диссертации г) рождения ребёнка;
3. Недопустимым деловым подарком для женщины является: а) косметика б) блокнот в) шариковая ручка г) органайзер;
4. При выборе книги в качестве делового подарка нужно учитывать: а) стоимость б) цвет переплёта в) вкусы одаряемого г) моду;
5. Цветы в сфере деловых отношений допускается дарить: а) только женщине б) только мужчине в) мужчине и женщине г) никому;
6. Не допускается дарить деловым партнёрам и коллегам алкогольные напитки: а) крепкие б) слабые в) без коробки или подарочной упаковки г) какие-либо;
7. Недопустимым деловым подарком для мужчины является: а) брелок б) органайзер в) авторучка г) носки;
8. На сувенирах желательно обозначить: а) имя дарителя б) имя одаряемого в) символику фирмы г) государственную символику;
9. Не допускается дарить деловым партнёрам и коллегам конфеты: а) шоколадные б) развесные в) с начинкой, содержащей алкоголь г) какие-либо;
10. Главное достоинство делового подарка: а) цена б) соответствие моде в) декоративность г) полезность и оригинальность;
11. Высказывание: «Не дорог подарок, а дорого внимание» в сфере деловых отношений можно считать: а) верным б) неверным в) верным лишь в отношении младших сотрудников г) верным лишь в отношении клиентов и деловых партнёров;
12. Подарок для начальника следует делать от: а) всех подчинённых коллективно б) каждого подчиненного в) отдельных групп подчинённых г) некоторых подчинённых по их желанию;
13. Начальник может дарить подчинённому подарок в случае: а) желания выразить личную симпатию б) наличия законного и очевидного повода в) желания стимулировать подчинённого г) стремления стимулировать коллег одаряемого;
14. Без особой регламентации могут дарить друг другу подарки: а) начальник и подчинённый б) начальник и секретарь в) сотрудники, не связанные субординацией г) деловые партнёры;
15. Деловым подарком не может быть: а) элитный чай б) элитный кофе в) парфюмерия г) книга.
16. С осторожностью следует дарить: а) конфеты б) канцелярские товары в) подарки и сувениры шуточного и юмористического характера г) изделия из керамики и металла.
17. Из подарков представителям исламской культуры следует исключить: а) алкоголь б) цветы в) шоколад г) изделия из кожи.
18. Бывшие в употреблении вещи дарить: а) можно всегда б) нельзя никогда в) можно, если это предметы антиквариата г) можно, если они соответствуют вкусу одаряемого.
19. Поводом для дорогостоящего подарка сотруднику может быть: а) уход на пенсию б) уход в отпуск в) увольнение с работы г) конец квартала.
20. Основное отличие подарка от сувенира: а) размер б) цена в) форма г) адресат.

## Варианты тестов для итогового контроля по дисциплине «Деловой этикет»

### Вариант 1

1. Этикет возник как особый церемониал при дворе: а) французского короля Людовика XIV б) английского короля Карла II в) французского короля Людовика XVI г) английского короля Карла I;
2. Термин «этикет» произошел от слова: а) листок б) карточка в) красота г) достоинство;
3. Жить разумно, по заветам предков и законам государства, избегая излишеств и крайностей было главным для а) жителей эпохи Средневековья б) представителей рыцарской культуры в) греков эпохи античности г) английских аристократов;
4. Признание изменчивости и подвижности требований этикета характерно для эпохи: а) античности б) средневековья в) нового времени г) России XVIII века;
5. Свод правил поведения, окончательно сложившийся в России к середине XVI века: а) Стоглав б) Домострой в) Юности честное зерцало г) Буковник
6. Этикетный кодекс русского интеллигента XVIII – XIX вв. включал: а) пониженное внимание ко всему внешнему, поверхностному б) гордость своей образованностью в) обязательное использование дорогих украшений г) обязательное посещение балов и светских салонов д) хорошие навыки в фехтовании и стрельбе;
7. Принцип этикета: а) принцип относительности б) принцип целесообразности действий в) принцип дополненности г) принцип историзма;
8. Профессиональный этикет включает в себя требование: а) грамотно владеть культурой речи и профессиональными терминами б) уметь исполнять балетные танцы в) демонстрировать свободное поведение г) демонстрировать закрытость;
9. Одно из полезных и общих правил профессионального этикета: а) пунктуальность б) напористость в) замкнутость г) эмоциональность;
10. Форма делового общения в виде открытого коллективного обсуждения проблемы группой специалистов и решения её путём обмена мнениями: а) пресс-конференция б) совещание в) презентация г) дискуссия;
11. Основная задача делового общения: а) демонстрация своих возможностей б) обмен идеями в) эмоциональный контакт г) продуктивное сотрудничество;
12. Дополнительные предметы, сопутствующие чему-то, являющиеся принадлежностью чего-либо и способные это улучшить: а) антаблементы б) аксессуары в) альтернативы г) атрибуты;
13. Моральное качество, характеризующее поведение человека, для которого уважение к людям стало повседневной нормой поведения и привычным способом общения с окружающими; умение и желание говорить и действовать доброжелательно и учтиво в любых обстоятельствах: а) скрупулёзность б) вежливость в) душевность г) терпимость;
14. Использование пространственных отношений при коммуникации; организация общения, учитывающая взаимную ориентацию и пространственные потребности его участников: а) пропедевтика б) проседика в) проксемика г) парадигма;
15. Положение человека в системе внутригрупповых отношений, определяющее его обязанности и права, а также степень его авторитета в глазах остальных участников группы: а) статус б) модус в) габитус г) опус;

16. Термин «этикет» появился благодаря: а) французскому королю Людовику XIV б) английскому королю Карлу II в) французскому королю Людовику XVI г) английскому королю Карлу I;
17. Принцип «Прекрасно то, что соответствует традициям, что способствует утверждению аристократического сознания» отражает восприятие красоты в эпоху: а) античности б) средневековья в) нового времени г) России XVIII века;
18. Применение этикета в момент его возникновения распространялось на: а) высшее сословие общества б) людей, принадлежавших к королевской семье в) все слои населения г) все слои свободного населения;
19. Чувство собственного достоинства стало базовым принципом в этикете эпохи а) античности б) средневековья в) Нового Времени г) России XVIII века;
20. Руководство по этикету, составленное при участии Петра Великого: а) Стоглав б) Домострой в) Юности честное зерцало г) Азбуковник;
21. Различие понятий «этикет» и «этика»: а) в отличие от норм морали этикет является сводом юридически закреплённых норм б) нормы этикета представляют собой наиболее строгое ограничение (формализованное поведение) и их можно нарушить, даже совершая добрый поступок в) этикет обязательно связан с нравственностью человека г) нормы этикета более объемная категория, чем этика, их сложнее нарушить;
22. Принцип этикета: а) сложность поведения б) эстетическая привлекательность поведения в) индивидуальность поведения г) последовательность поведения;
23. Профессиональный этикет включает в себя такое требование, как: а) оригинальное оформление рабочих мест сотрудников б) соблюдение норм и правил поведения, формирующих положительную репутацию организации или учреждения в) свободное поведение, подчеркивающее достоинства сотрудника г) владение техниками невербального общения;
24. Деловой этикет обязательно включает: а) регламентацию прав и обязанностей б) религиозно санкционированные нормы поведения в) способы самовыражения личности г) систему юридических норм, необходимых для выполнения профессиональных обязанностей;
25. Форма делового общения: а) раут б) ассамблея в) конференция г) вояж;
26. Жизненная позиция, в соответствии с которой человек рассматривает удовлетворение личного интереса в качестве высшего блага и считает, что каждому следует стремиться только к максимальному удовлетворению своего личного интереса, при необходимости даже игнорируя и нарушая интересы других людей или общий интерес: а) эгалитаризм б) этноцентризм в) эгоизм г) эпикуреизм;
27. Положительное качество, выражающееся в самообладании, в умении человека быть хозяином своих чувств, желаний, влечений и страстей, выбирать адекватные средства для достижения личного благополучия: а) устойчивость б) убежденность в) уклончивость г) умеренность;
28. Сложный многоплановый процесс установления и развития контактов между людьми и группами, порождаемый потребностями совместной деятельности и включающий в себя обмен информацией и действиями, выработку единой стратегии взаимодействия, восприятие и понимание партнёра: а) общение б) восприятие в) сопереживание г) согласование;
29. Коммуникационное взаимодействие между людьми без слов в прямой или какой-либо знаковой форме (через образы, интонации, паузы, тембр голоса, жесты, мимику, пантомимику, мизансцены общения, запахи и др.): а) неформальное общение б) неявное общение в) невербальное общение г) неконвенциональное общение;

30. Корректное, благонадежное отношение к кому-либо или чему-либо (например, верность действующим законам и постановлениям органов власти), а в деловом общении – желание соблюдать установленные фирмой внутренние правила поведения, корпоративные ценности и нормы: а) лояльность б) лабильность в) лапидарность г) локальность.

## Вариант 2

1. Деловое общение – это: а) формальное общение, когда отсутствует стремление понять и учитывать особенности личности собеседника б) когда оценивают другого человека как нужный или мешающий объект в) когда учитывают особенности личности, характера, возраста, но интересы дела более значимы, чем личностные расхождения; г) общение без учёта обстоятельств;
2. Эффективное деловое общение отличается от неэффективного тем, что оно: а) несёт большую смысловую нагрузку б) отличается чётко поставленной целью в) достигает поставленную цель; г) создаёт комфортные условия для общения;
3. Коммуникативная сторона общения отражает стремление партнёров по общению к: а) обмену информацией б) расширению темы общения в) усилению информационного воздействия на партнёра г) эффективной самопрезентации;
4. Интерактивный аспект общения проявляется в: а) необходимости соблюдения партнёрами установленных норм общения б) стремлении к превосходству над партнёром по общению в) стремлении установить оптимальные отношения г) стремлении «сохранить лицо»;
5. Перцептивная сторона общения выражает потребность субъектов общения в: а) установлении дружеских взаимоотношений б) сопереживании, во взаимном понимании в) сохранении высокого статуса в общении г) максимального саморвыражения;
6. Смысловой тезис делового общения «отделите людей от проблемы» – это: а) не придавать значения в деловом общении симпатиям и антипатиям б) сосредоточить внимание на обсуждаемом вопросе, а не на личности партнёра в) разрешение проблем делового общения без учёта особенностей личности партнёра г) сосредоточиться на личных качествах партнёра;
7. Стилль делового общения – это: а) манера поведения в деловом общении б) нормы общения в конкретной ситуации в) индивидуально-типологические особенности взаимодействия партнёров г) способ самоидентификации;
8. Тактика ведения деловых переговоров путем выдвижения предложения, которое воспринималось бы как совместное, называется: а) «спасение лица» б) «взаимодействие» в) «оптимизация» г) «баланс сил»;
9. Возможность владеть ситуацией при деловой беседе дает: а) личное обаяние б) старший возраст в) профессиональные знания г) случайное стечение обстоятельств;
10. Документ, адресованный руководству, в котором излагается какой-либо вопрос с выводами и предложениями составителя: а) служебная записка б) докладная в) заявление г) справка;
11. «Язык телодвижений» это: а) двигательная реакция человека на обстоятельства общения б) средство целенаправленного воздействия на собеседника в) получение и передача информации с помощью жестов, поз, мимики г) система специально разработанных жестов и поз;
12. Подход, позволяющий оценить конфликт, обсудить и найти удовлетворяющее всех решение предполагает: а) сглаживание конфликта б) обострение конфликта до открытой конфронтации в) привлечение третьей стороны г) игнорирование конфликта;
13. При подписании документа несколькими должностными лицами их подписи располагают: а) в произвольном порядке б) одну за другой в последовательности, соответствующей иерархии занимаемых должностей в) по алфавиту г) по старшинству возраста;

14. Дата документа – реквизит: а) обязательный б) желательный в) возможный г) ненужный;
15. Непосредственный переход к сути дела – это метод: а) прямого подхода б) давления в) рывка г) шокирующего воздействия.
16. Набор наиболее важных предположений, принимаемых членами организации и получающих выражение в заявляемых организацией ценностях, задающих людям ориентиры их поведения и действий: а) корпоративная культура б) правила внутреннего распорядка в) кодекс чести г) нормативные документы;
17. Фундаментальный принцип административной этики: а) справедливость б) бюрократизм в) безусловная исполнительность г) изобретательность;
18. Сформировавшийся образ делового человека (организации), в котором выделяются ценностные характеристики и черты, оказывающие определенное влияние на окружающих: а) слоган б) имидж в) престиж г) бэкграунд;
19. Принцип, по которому действия менеджера (или корпорации в целом) этичны, если они способствуют дальнейшему этическому развитию организации: а) максимум прогресса б) минимум прогресса в) оптимум прогресса г) ноль прогресса;
20. Установленный порядок поведения где-либо: а) этика б) этикет в) мораль г) нравы;
21. Определенный уровень добровольного отклика со стороны организации на социальные проблемы – это социальная: а) ответственность б) активность в) озабоченность г) пассивность;
22. Подсистема этикета, определяющая пространственную организацию общения – это этикетная: а) атрибутика б) проксемика в) просодика г) паралингвистика;
23. Форма распоряжения, применяемая руководителем, если он хочет вызвать дискуссию и пробудить инициативность: а) намёк б) вопрос в) совет г) приказ;
24. Контактное по времени, но дистантное (разделённое) в пространстве и опосредованное техническими средствами общение собеседников: а) переговоры б) телефонный разговор в) деловая переписка г) деловой приём;
25. Реклама с утверждениями типа: «Бесконечные возможности нашего компьютера, только у нас можно...» является: а) агрессивной б) недостоверной в) эффективной г) корректной;
26. Высказывание: «Документ должен быть убедительным» относится к общему требованию к документу, называемому: а) аргументированность б) мотивированность в) информативность г) конфиденциальность;
27. Если план не выполнен, то руководителю следует: а) попросить подчинённых внести свои предложения б) поставить их в известность о намеченных мерах по выправлению положения в) уволить наиболее отстающих г) предложить увеличить продолжительность рабочего дня;
28. Тезис делового общения «отделите людей от проблемы» означает необходимость: а) не придавать значения в деловом общении симпатиям и антипатиям б) сосредоточить внимание на обсуждаемом вопросе, а не на личности партнёра в) разрешать проблемы делового общения без учёта особенностей личности партнёра г) не обращать внимания на чувства людей;
29. «Трудный» руководитель, проявляющий непрофессионализм и некомпетентность в решении большинства вопросов, а также незнание и пренебрежение этическими нормами поведения и взаимоотношений с коллегами по работе, служит для подчиненных источником: а) стимуляции б) стагнации в) демотивации г) контаминации;
30. Вид деловой бумаги, в которой кратко излагаются необходимые для нанимателя сведения: а) резюме б) коммюнике в) портфолио г) анонс.

Задания для контрольной работы «Сущность делового этикета».

ВАРИАНТ 1.

- А) Что такое деловой этикет?
- Б) Сформулируйте и прокомментируйте не менее 2 принципов делового этикета.

ВАРИАНТ 2.

- А) Каковы основные задачи делового этикета?
- Б) Сформулируйте и прокомментируйте не менее 2 принципов делового этикета.

ВАРИАНТ 3.

- А) Каковы нравственные основы делового этикета?
- Б) Сформулируйте и прокомментируйте не менее 2 принципов делового этикета.

ВАРИАНТ 4.

- А) Для чего необходимо знать основные принципы и нормы делового этикета?
  - Б) Сформулируйте и прокомментируйте не менее 2 принципов делового этикета.
- 

Задания для контрольной работы: «Этикет в деятельности руководителя».

ВАРИАНТ 1.

- 1. Гуманистические основы этического кодекса управленца.
- 2. Назовите и прокомментируйте не менее 2 правил поведения руководителя.

ВАРИАНТ 2.

- 1. Типичные ошибки руководителя.
- 2. Назовите и прокомментируйте не менее 2 правил поведения руководителя.

ВАРИАНТ 3.

- 1. Сущность субординации и её роль в деловом общении.
- 2. Назовите и прокомментируйте не менее 2 правил поведения руководителя.

ВАРИАНТ 4.

- 1. Соблюдение делового этикета как важный фактор успешного руководства.
- 2. Назовите и прокомментируйте не менее 2 правил поведения руководителя.

## Рекомендуемая литература и источники

### *А) Основная литература:*

Деловое общение: учеб. пособие для вузов/ авт.-сост. И. Н. Кузнецов. - 2-е изд. - М. : Дашков и К°, 2008.

Мананикова Е.Н. Деловое общение: учеб. пособие/ Е. Н. Мананикова. - М. : Дашков и К°, 2008.

Международный менеджмент : учеб. для вузов по направлению 080200 "Менеджмент" квалификация (степень) "бакалавр" : рек. Советом Учеб.метод.об-ния / Е. П. Темнышова [и др.] ; под ред. Е. П. Темнышовой. М. : Юрайт, 2013.

Менеджмент : учеб. для вузов по экон. направлениям и спец. : допущено Учеб. метод. об-нием / Ю. П. Алексеев [и др.] ; под ред. А. Л. Гапоненко. М. : Юрайт . 2013.

Управление персоналом организации: учеб. для вузов/ А. Я. Кибанов [и др.] ; под ред. А. Я. Кибанова. - 4-е изд., доп. и перераб. - М. : ИНФРА-М, 2010.

Профессиональная этика : учеб. пособие для бакалавров : допущено Учеб. метод. об-нием/ В. М. Артёмов [и др.]; отв. ред. В. М. Артёмов. – М. : Проспект, 2013.

### *Б) Дополнительная литература:*

Ботавина Р. Н. Этика деловых отношений: учеб. пособие для вузов/ Р. Н. Ботавина. - М. : Финансы и статистика, 2003.

Де Джордж Р. Т. Деловая этика: учеб. курс для колледжей и ун-тов : пер. с англ./ Р. Т. Де Джордж. - М. : Прогресс : РИПОЛ КЛАССИК, 2003.

Деловое общение: учеб. пособие/ авт.-сост. И. Н. Кузнецов. - М. : Дашков и К°, 2007.

Овчинникова И. М. Деловое общение по-английски : резюме, переписка, переговоры : учеб. пособие / И. М. Овчинникова, В. А. Лебедева ; под ред. С. С. Хромова. - М. : Университетская книга, 2011.

Основы менеджмента: учеб. пособие для вузов : допущено Советом Учеб.-метод. об-ния вузов России/ Л. Л. Алехина [и др.]. - М. : КноРус, 2007.

Основы менеджмента [Электронный ресурс]: электрон. учеб.: рек. УМО/ Л. В. Плахова [и др.]. - Электрон. текстовые дан. и прогр. - М. : КноРус, 2008.

Петрунин Ю. Ю. Этика бизнеса: учеб. пособие для вузов/ Ю. Ю. Петрунин, В. К. Борисов. - 2-е изд. - М. : Дело, 2001.

### *В) Учебные пособия, методические указания (ИрГСХА):*

Кузнецова Ж. Г. Деловая этика. Методическое пособие. Иркутск. 2013 г.

### *Г) Ресурсы Internet:*

ЭБС «Лань» /Режим доступа:<http://www.e.lanbook.com>

Электронно-библиотечная система "AgriLib" /Режим доступа: <http://ebs.rgazu.ru/>

<http://elibrary.ru/>

<http://www.edu.ru/>

<http://www.biblioclub.ru/>

## ГЛОССАРИЙ

**Авторитарный стиль** – стиль управленческой деятельности, основанный на формальном авторитете руководителя, который полагается на жесткие приказы и распоряжения, не допускает каких-либо возражений или собственного мнения подчиненных. Такой руководитель формирует свое мнение категорично, не допуская возражений, не добивается общего согласия, не ищет поддержки коллектива. Этот стиль может быть эффективен в экстремальных ситуациях или в коллективе с низкой трудовой дисциплиной. Авторитарный стиль тяготеет к перерастанию в командно-административное руководство и к появлению разных злоупотреблений властью.

**Аксессуары** (фр. *accessoire* от лат. *accessorius* — «добавочный») – дополнительные предметы, сопутствующие чему-либо; являющиеся принадлежностью чего-либо и способные это улучшить. В деловой среде к аксессуарам относят записные книжки, ручки, наручные часы, очки и их футляр, мобильный телефон, портфель, бумажник, зонт, запонки, ремень, визитницу. Их задача не только быть полезными, но и подчеркнуть индивидуальность владельца, показать его вкус и социальный статус. Поэтому лучше вообще не иметь какого-либо аксессуара, чем иметь его низкого качества.

**Аперитив** – напитки (алкогольные, слабоалкогольные, минеральная вода, сок, зелёный чай и др.), употребляемые перед едой для повышения аппетита, лучшего усвоения пищи или заполнения паузы в беседе. Аперитивы делят на три группы: одинарные (подают один напиток), комбинированные (подают несколько напитков) и смешанные (подают смеси напитков, коктейли). Порции аперитива (особенно алкогольного) небольшие. Аперитив на приёмах предлагают гостям вразнос или на специальных столиках. Если начало приёма откладывается из-за опоздания части гостей, то к аперитиву подают лёгкие закуски.

**Банкет** (фр. *banquet*) – вид приемов, как правило, с рассадкой гостей за столом. Званый обед или ужин в торжественных рамках, устраиваемый в честь определённого лица или события. Для его проведения банкетов зачастую используется специальный банкетный зал, украшенный определённым образом. В деловой среде банкет дает возможность для неформального общения, позволяет собравшимся коллективно засвидетельствовать благодарность и уважение к определённому лицу или организации, выразить общие им всем идеи и стремления. Менее формальным вариантом является непродолжительный банкет-чай, где гости сидят за небольшими столами в удобных креслах или диванах. Видом банкета без рассадки гостей за столом может быть банкет- фуршет или банкет-коктейль, они более свободны по форме и длятся не более 2,5 часов.

**Барбекю** – вид официального приема без рассадки гостей продолжительностью 1,5–2 часа. Иногда этот прием называют Garden Party, т.к. он может проводиться в саду загородного дома или на лужайке в летнее время днем или вечером. Для гостей есть возможность свободного общения, т. к. организация приёма-барбекю похожа на фуршет или коктейль: официанты подают на подносах холодные закуски, а на фуршетные столы подают жаренные на вертеле или на решетке на открытом воздухе мясо и рыбу, шашлык, овощи и соусы к ним, а также напитки и десерт. Использование одноразовой посуды на барбекю допускается только на внутрифирменных мероприятиях (Company Party).

**Вежливость** (от древнерусского «вежа» - знаток, знающий человек, тот, кто знает правила приличия, нормы поведения в обществе, формы уважительного обращения к людям) – моральное качество, характеризующее поведение человека, для которого уважение к людям стало повседневной нормой поведения и привычным способом общения с окружающими;

умение и желание говорить и действовать доброжелательно и учтиво в любых обстоятельствах. («Вежливость заключается в благожелательном отношении к людям», «Вежливость – первая и самая приятная добродетель» Дж. Локк. «Вежливость – это искусственно созданное хорошее настроение» Т. Джефферсон.)

**Вербальное общение** – общение, осуществляемое с помощью слов. В этом случае в качестве знаковой системы используется человеческая речь, естественный звуковой язык, т. е. система фонетических знаков, включающая два принципа: лексический и синтаксический. Речь является самым универсальным средством коммуникации, поскольку при передаче информации при помощи речи менее всего теряется смысл сообщения. Речь не сводится лишь к совокупности передаваемых сообщений, она выражает одновременно и отношение человека к тому, о чем он говорит, и отношение к тому, с кем он общается. В речи человека есть не только содержащие смысл слова, но и эмоционально-выразительные компоненты (ритм, пауза, интонация, модуляция голоса и т.п.). Слово как средство воздействия и его эмоционально-выразительные компоненты неразрывны, действуют одновременно, влияя на поведение слушателя.

**Визитная карточка (визитка)** – традиционный носитель контактной информации о человеке или организации, карточка небольшого формата из бумаги, картона или пластика. Визитка включает имя владельца, компанию (обычно с логотипом) и контактную информацию (адрес, телефонный номер и/или адрес электронной почты). Это одна из составляющих личного имиджа и имиджа фирмы, т. к. она является не только выражением индивидуального стиля и вкуса человека, но фирменного стиля компании. Обычная визитка представляет собой кусок плотной бумаги (150-300 гр./кв.м) с гладкой или текстурной поверхностью, размер которого может различаться в разных странах (в России – 50x90 мм, в Европе – 55x85 мм, в Америке – 51x89 мм). Солидная визитная карточка изготавливается из качественной и дорогой светлой бумаге (белой, сероватой, кремовой). Надписи на ней должны быть нанесены краской темных цветов. Не нужно использовать в визитке более 3 цветов. Исключением может быть только дополнительный цвет в логотипе компании.

**Визитница** – небольшой альбом (иногда коробочка) для хранения визитных карточек. Один из необходимых аксессуаров делового человека. Может быть из металла или кожи хорошего качества. Должна по стилю сочетаться с другими аксессуарами (портфелем, блокнотом и др.).

**Габитарный имидж** (лат.- *habitus* - внешность, англ.- *image* - имидж, образ, облик) – совокупность всех данных о внешности человека (одежда, обувь, прическа, макияж, аксессуары, оформление рук, запахи, телосложение, внешние проявления состояния здоровья, общая аккуратность и ухоженность), которая формирует впечатление о нём и его образ в сознании других людей. У делового человека он должен достаточно строго соответствовать этикетным нормам.

**Деловая беседа** – речевое общение между собеседниками, которые имеют необходимые полномочия от своих организаций и фирм для установления деловых отношений, разрешения деловых проблем или выработки конструктивного подхода к их решению. Это вид делового общения, который представляет собой специально организованный предметный разговор, служащий решению тех или иных управленческих задач. Деловая беседа, хотя и имеет всегда конкретный предмет, всё же (в отличие от деловых переговоров) более личностно ориентирована и чаще происходит между представителями одной организации.

**Деловая этика** – совокупность нравственных норм, правил и представлений, регулирующих поведение и отношения людей в процессе их производственной деятельности. Это свод неформальных (не установленных в законодательном порядке) правил, которых придерживаются фирмы в своей деятельности. Деловая этика включает в себя честность в отношениях с работниками, клиентами (покупателями), поставщиками и конкурентами, а также охватывает вопросы, касающиеся влияния деятельности фирм на здоровье людей, окружающую среду и животный мир. Соблюдение этических норм иногда ведет к снижению прибылей, но это позволяет поддерживать хорошую репутацию фирмы и отдельного сотрудника.

**Деловое общение** – это процесс взаимосвязи и взаимодействия, в котором происходит обмен деятельностью, информацией и опытом, предполагающим достижение определенного результата, решение конкретной проблемы или реализацию определенной цели. Это тот вид общения, цель которого лежит за пределами процесса общения и которое подчинено решению определенной задачи (производственной, научной, коммерческой и т. д.) исходя из общих интересов и целей общающихся. Деловое общение — это коммуникативная предметно-целевая и по преимуществу профессиональная деятельность в сфере социально-правовых и экономических отношений

**Деловое письмо** – вид корреспонденции, направляемой от имени одной организации, учреждения и т.д. другой организации, учреждению, хотя адресована она может быть одному лицу и подписана одним лицом (такое лицо выступает в этом случае как юридическое, а не частное). Такова дипломатическая, служебная и коммерческая корреспонденция.

**Деловой визит** – кратковременное посещение с деловой официальной целью (знакомство, поддержание контактов, обмен необходимой информацией, подготовка к заключению контракта и др.). Нанося деловой визит, следует выразить уважение к хозяину. Общие правила для визитёров: приходите на встречу заранее и найдите несколько минут, чтобы привести себя в порядок (прическа, костюм, галстук, обувь и др.); оставьте верхнюю одежду в приемной или, если нет такой возможности, аккуратно сложите её и перекиньте через руку, а в кабинете повесьте на спинку стула и оставьте правую руку свободной для рукопожатия; подождите, пока хозяин кабинета выйдет Вам навстречу и первым протянет руку для приветствия; если он указал Вам определённое место, то садитесь именно туда; садитесь полностью на все сидение, опираясь спиной на спинку стула; если хотите что-то записать по ходу беседы, спросите разрешения у хозяина; итоги беседы подводит гость, если они позитивны и предполагается дальнейшее сотрудничество, это подтверждают рукопожатием. На этом визит закончен, нужно поблагодарить хозяина и попрощаться.

**Деловой этикет** – установленный порядок поведения сторон в деловом взаимодействии. Сложился как результат длительного отбора правил и форм наиболее целесообразного поведения, которое способствует успеху в деловых отношениях. Любой деловой человек в процессе работы должен соблюдать не только общечеловеческие этические нормы, но и деловой этикет. Это значит, что он владеет правилами делового общения в разных ситуациях, знает особенности делового дресс-кода и умеет правильно формировать свой имидж, вежливо и корректно ведёт себя в самых сложных ситуациях, умеет оформлять деловые бумаги, устраивать приёмы, правильно выбирать деловые подарки, вести деловую переписку, учитывать национальные и религиозные особенности людей из разных стран и различных культур. Такой человек сознаёт, что владение деловым этикетом – один из главных залогов его успеха, что плохие манеры могут очень серьёзно повредить ему.

**Деловое совещание** – способ открытого коллективного обсуждения проблем группой специалистов. Внутри коллектива это форма делового общения, которая предполагает взаимодействие руководителя с коллективом в виде обсуждения производственных вопросов и проблем, требующих коллективного осмысления и решения посредством обмена мнениями (собрание, заседание, семинар). Вне рамок коллектива формой совещания может быть съезд, конференция, симпозиум. Продуктивность совещания зависит от тщательного планирования его цели, состава участников, повестки дня и места проведения, а также от руководства им. На всех этапах совещания руководителю необходимо воздействовать на участников с тем, чтобы они стремились к решению обсуждаемой проблемы, чтобы между участниками совещания возникла доверительная, откровенная и доброжелательная атмосфера, располагающая к высказыванию различных мнений и способствующая конструктивно-критическому их обсуждению.

**Дижестив** (лат. *digestivus* и фр. *digestif* – «помогающий пищеварению») – алкогольные напитки, подаваемые в конце трапезы для её завершения трапезы. Задачей дижестива является не столько облегчить пищеварение, сколько поддержать приятную атмосферу в застолье и хорошее расположения духа гостей, создать условия для продолжения застольных бесед, а также позволить гостям освежить свои вкусовые рецепторы перед десертом. В этом качестве часто используются чай или кофе. Хотя они и не считаются дижестивами, но выполняют ту же функцию.

**Дисциплина** – определенный порядок поведения людей, обеспечивающий согласованность действий внутри коллектива, обязательное усвоение и исполнение людьми установленных правил; поведенческая модель человека, направленная на следование порядку, закону или установленным правилам. Может поддерживаться путем наказания или поощрения человека за нарушение или соблюдение дисциплинарных норм. Необходима для достижения целей и задач, которые ставит организация, сообщество или отдельный человек. Без дисциплины человек или организация всегда неэффективны и проигрывают в любом деле тому, кто организован, т. к. без дисциплины нет порядка и последовательности в действиях. Дисциплина помогает устранить преграды на пути к успеху (слабости, усталость, сопротивление людей, неблагоприятные условия и другое).

**Достоинство** – характеристика человека с т. зр. внутренней ценности, соответствия собственному предназначению; уважение и самоуважение человеческой личности как морально-нравственная категория. Из величайшей ценности человеческой жизни следует наличие достоинства у каждого, даже не подозревающего о том, человека. В гражданском праве достоинство — одно из тех нематериальных благ (ст. 150 ГК России), которые принадлежат человеку от рождения. Оно неотчуждаемо и непередаваемо.

**Дресс-код** – свод правил и рекомендаций о том, как следует выглядеть в конкретных ситуациях делового общения. Компания может ввести определённые нормы дресс-кода для своих сотрудников, т. к. их внешний вид свидетельствует об уровне деловой культуры, надежности и стабильности компании. Разработкой дресс-кода обычно занимаются HR-менеджер, специалист по деловому протоколу и стилист. Утвержденный руководителем документ с нормами дресс-кода является приложением к функциональным обязанностям. Он доводится до сведения всех сотрудников и подписывается ими. Нарушение дресс-кода рассматривается как нарушение сотрудником своих обязанностей и нанесение морального ущерба фирме. Но нужно помнить, что дресс-код это не униформа, он не должен исключать индивидуальности в одежде сотрудников и препятствовать их творческому отношению к своей внешности.

**Жест** (лат. *gestus* - движение тела) – движение рук человека, выражающее его внутреннее состояние или указывающее на какой-либо объект во внешнем мире; некоторое действие или движение человеческого тела или его части, имеющее определённое значение или смысл, то есть являющееся знаком или символом. Широко используемые жесты включают в себя указывание на что-либо или кого-либо (это один из немногих жестов, чей смысл мало различается в разных странах), а также использование рук и тела синхронно с ритмами речи, чтобы подчеркивать некоторые слова или фразы. Многие внешне схожие жесты имеют разный смысл в разных странах. Один и тот же жест может быть безобидным в одной стране и вульгарным в другой стране. Однотипные или аналогичные жесты могут слегка отличаться в разных странах. В деловом этикете строго оговаривается использование жестов в различных ситуациях.

**Золотое правило** – моральный принцип: «(Не) Поступай по отношению к другим так, как ты (не) хотел бы, чтобы они поступали по отношению к тебе». Первые упоминания о нём относятся к 1 тысячелетию до н.э. Золотое правило нравственности издревле известно в религиозных и философских учениях Востока и Запада. Оно встречается в индийских трактатах, в изречениях Будды, в ответах Конфуция, в античных философских текстах и лежит в основе многих мировых религий (авраамических, дхармических, конфуцианства) и античной философии, а также является основополагающим мировым этическим принципом. На этом основании его можно считать и нравственной основой норм делового этикета.

**Имидж** (англ. *image* — «образ», «изображение», «отражение») – искусственный образ объекта (человека, фирмы, продукта и т. п.), формируемый в общественном или индивидуальном сознании средствами психологического воздействия и массовой коммуникации с целью формирования определённого отношения к этому объекту. Может сочетать реальные свойства объекта с несуществующими, приписываемыми. Имидж компании или крупного деятеля создается пиаром, пропагандой, рекламой. Большинство деловых людей самостоятельно формирует свой имидж, но некоторые пользуются услугами профессиональных имиджмейкеров, т. к. хорошо продуманный имидж помогает успешно строить карьеру. Имидж человека создаётся не только за счёт его внешнего вида и манер. На этот процесс влияют его привычки и вкусы, взгляд, голос, манеры, стиль общения, любимые книги и фильмы, характер и темперамент, внутренний мир и коммуникативные особенности, роль в обществе и другие факторы.

**Кинесические (кинетические) средства общения** («язык тела») – зрительно воспринимаемые движения другого человека (мимические жесты, жесты головы и ног, позы и знаковые телодвижения), выполняющие выразительно-регулятивную функцию в общении. Инструментом такого общения служит тело человека, обладающее широким диапазоном средств и способов передачи информации или обмена ею. Знание «языка тела» позволяет не только лучше понимать собеседника, но и (что более важно) предвидеть, какое впечатление произведет на него услышанное еще до того, как он выскажется по данному поводу. Т. е. этот навык даёт возможность понять, следует ли изменять свое поведение или сделать что-то другое, чтобы достичь нужного результата. «Язык тела» в значительной степени регламентируется этикетными нормами. Важной его особенностью является возможность без нарушения этикета передать ту часть информации, которая не может быть напрямую выражена в словах.

**Коммуникативная компетентность** – сложное социально-психологическое образование, выражающееся в способности человека адекватно оценивать себя, свое место среди других людей, правильно определять личностные особенности и эмоциональные состояния партнеров

по общению, прогнозировать межличностные события, выбирать и осуществлять адекватные способы обращения с окружающими. Обладающий этим качеством человек способен, не нарушая норм этикета, найти выход из любой сложной ситуации.

**Коммуникация** (лат. «communicatio» — сообщение, передача и от «communicare» — делать общим, беседовать, связывать, сообщать, передавать) – процесс обмена информацией, значимой для участников общения; социально обусловленный процесс передачи и восприятия информации в условиях межличностного и массового общения по различным каналам с помощью разных средств коммуникации; средство, с помощью которого люди конструируют и поддерживают свои отношения. Коммуникация - необходимое и всеобщее условие жизнедеятельности человека и одна из фундаментальных основ существования общества. В любых сообществах и на разных уровнях общения коммуникация регулируется рядом норм и правил. В деловой среде основные формы коммуникации регламентируются деловым этикетом.

**Конфликт** (лат. conflictus — столкнувшийся) – наличие трудноразрешимых противоречий и ситуации, включающей либо противоположные позиции сторон, либо противоположные цели или средства их достижения; наиболее острый способ разрешения противоречий в интересах, целях, взглядах, возникающих в процессе социального взаимодействия, состоящий в противодействии участников этого взаимодействия и обычно сопровождающийся негативными эмоциями, выходящий за рамки правил и норм. Конфликт — это ситуация, в которой каждая из сторон стремится занять позицию, несовместимую и противоположную по отношению к интересам другой стороны; особое взаимодействие индивидов, групп, объединений, которое возникает при их несовместимых взглядах, позициях и интересах. Конфликт обладает как деструктивными, так и конструктивными функциями. Конфликтующими сторонами в деловых отношениях могут быть организации, группы людей и отдельные личности. Деловой этикет регламентирует основные черты поведения людей в ситуации конфликта.

**Корпоративизм** – система норм и ценностей, соответствующих им механизмов управления и организации, а также нравы, действующие в корпорации как добровольном и социально закрытом объединении, созданном для ведения специализированной деятельности, имеющем, как правило, в этом качестве юридический статус. Формальным отражением корпоративизма может быть корпоративный этический кодекс, регламентирующий поведение сотрудников.

**Кувертная карточка** – именная карточка размером 5х9 см., позволяющая гостям легко найти свое место за общим столом на банкете (официальном приёме). Её помещают на подстановочную или хлебную тарелку слева, прислоняют к ножке бокала или устанавливают на видном месте у каждого посадочного места. На карточке указывают фамилию, имя и отчество гостя. Она изготавливается из качественной светлой бумаги, может иметь символику организующей банкет компании или проводящего его ресторана. Если у приглашенного есть титул, то его нужно указать на карточке. Должность гостя, название его страны или организации не указывают. Кувертные карточки также можно использовать на переговорах, конференциях и иных мероприятиях, где надо идентифицировать человека по имени, но нельзя использовать бейджи.

**Лояльность** – корректное, благонадежное отношение к кому-либо или чему-либо (например, верность действующим законам и постановлениям органов власти). В деловом общении это желание соблюдать установленные фирмой внутренние правила поведения, корпоративные ценности и нормы (лояльность сотрудника). Иногда лояльность может быть только формальной, внешней. Деловой этикет предписывает лояльность сотрудникам по отношению к своей фирме или организации как обязательную норму поведения. Потребительская лояльность

означает приверженность покупателей определённой торговой марке, мотивированная укоренившейся привычкой покупать одно и то же изделие, товар или пользоваться одной и той же услугой независимо от цены этого товара или услуги.

**Любезность** – одно из положительных качеств человека как субъекта повседневного общения, минимальное проявление доброжелательности и альтруизма, распространяющееся на максимально широкий круг людей. Подобно другим моральным добродетелям, любезность носит «срединный характер», когда недостаток её приводит к неотесанности, а избыток – к шутовству. Это одно из условий вежливого поведения человека и соблюдения им этикетных норм.

**Культура поведения** – поступки и формы общения людей, основанные на нравственности, эстетическом вкусе и соблюдении определенных норм и правил; совокупность сформированных, социально значимых качеств личности, повседневных поступков человека в обществе, основанных на нормах нравственности, этики, эстетической культуре. Она выражает, с одной стороны, нравственные требования общества, с другой - усвоение положений, которые направляют, регулируют и контролируют поступки и действия человека. В ней органически слиты культура общения, культура внешности, бытовая культура (удовлетворение потребностей) и культура речи. Усвоенные человеком основы культуры поведения превращаются в воспитанность личности.

**Макияж** (фр. *maquillage* – грим, перекраска, подделка) – нанесение на кожу лица разных видов декоративной косметики с целью украсить, подчеркнуть достоинства внешности, а также закамouflировать существующих недостатки. Является разновидностью грима. Специалист по макияжу — визажист. Для деловой женщины макияж необходим, но он должен быть умеренный и уместный, неяркий и натуральных тонов. Можно использовать небольшое количество пудры или тонирующего крема; лёгкие румяна, лишь подчеркивающие здоровый цвет лица; неяркие и аккуратно нанесенные тени; умеренно накрашенные ресницы; помада натуральных оттенков.

**Маленькое черное платье** – одна из разновидностей коктейльного или вечернего платья чёрного цвета длиной до колен, которое также можно надеть днём на работу в офис. Первый вариант создан в 1926 году Коко Шанель. Оно прикрывало колени, имело простой полукруглый вырез, длинные узкие рукава и отсутствие каких-либо излишеств (бахрома, пуговицы, оборки и др.). Позволить себе такое маленькое чёрное платье могла любая женщина, даже с невысоким доходом. Его можно было с помощью аксессуаров (воротник, шарф, украшения и др.) менять, создавая множество комбинаций, чтобы каждый раз выглядеть по-разному. Современный вариант платья отличается от классического: возможен более короткий подол, разные типы воротников, использование кружев, оборок и др. декоративных элементов. Поэтому оно присутствует в коллекциях большинства модельеров, а также является частью гардероба деловой женщины. Это платье — сама элегантность и универсальность. Каждая женщина может дополнить его любыми индивидуальными аксессуарами и выглядеть в нем всегда безупречно как на работе, так и в торжественной обстановке.

**Маникюр** (лат. *manus* – кисть руки и *cura* – уход) – косметическая процедура по обработке ногтей на пальцах рук и самих пальцев, а то и всей кисти рук. Выполняется как в салонах красоты или косметологических кабинетах квалифицированными специалистами, так и в домашних условиях. В деловой среде обязателен для женщин и мужчин. Но у женщин ногти могут быть относительно длинными и покрытыми лаком светлых натуральных оттенков (лучше

телесного цвета), а у мужчин – просто короткие и аккуратные ногти без покрытия лаком (допускается покрытие гигиеническим лаком, который незаметен глазу).

**Невербальное общение** – это коммуникационное взаимодействие между людьми без помощи слов в прямой или какой-либо знаковой форме (через образы, интонации, паузы, тембр голоса, жесты, мимику, пантомимику, изменение мизансцены общения, запахи и др.). Правильная интерпретация невербальных сигналов является важнейшим условием эффективного общения в любой ситуации. Значительная часть способов такого общения в деловой среде регулируется этикетными нормами, которые важно соблюдать для достижения успеха и предотвращения конфликтов.

**Нормы социальные** – принятые в данном обществе или группе правила поведения, регулирующие взаимоотношения людей; общепризнанные правила, образцы поведения, стандарты деятельности, призванные обеспечивать упорядоченность, устойчивость и стабильность социального взаимодействия индивидов и социальных групп. Совокупность социальных норм в том или ином сообществе составляет целостную систему, различные элементы которой взаимообусловлены. Одним из элементов этой системы являются нормы этикета (в т. ч. делового этикета).

**Общение** – сложный многоплановый процесс установления и развития контактов между людьми и группами, порождаемый потребностями совместной деятельности и включающий в себя обмен информацией и действиями, выработку единой стратегии взаимодействия, восприятие и понимание партнёра. Человеческая деятельность, в том числе и деловые отношения, невозможна вне общения. Специфика общения в деловой среде определяется его целями и задачами. Нормы делового этикета регламентируют основные формы делового общения.

**Одобрение** – признание хорошим, правильным, положительный отзыв. Важный элемент этикетных норм в общении (прежде всего, в речевом этикете), вариантами которого служат похвала, комплимент, поощрение, положительная оценка. Способность деликатно и уместно выразить одобрение собеседнику (коллеге, партнёру, подчинённому, начальнику, клиенту и др.) – одно из важных качеств хорошо воспитанного человека. В некоторых ситуациях этикет требует в обязательном порядке выражать одобрение (поздравительное или благодарственное письмо, светская беседа, знакомство, встреча после долгой разлуки и др.). Одним из главных моментов в этом случае будет чувство меры и такт, чтобы неуместный комплимент или похвала не прозвучали как насмешка над человеком, вызывая обратный желаемому эффект. Например, при встрече любой женщине будет приятен комплимент по поводу её внешности, но после доклада или выступления она ожидает одобрения своих деловых качеств, а не платья или причёски.

**Переговоры** – основное средство согласованного принятия решений в процессе общения заинтересованных сторон; коммуникация между сторонами для достижения своих целей, при которой каждая из сторон имеет равные возможности в контроле ситуации и принятии решения. В узком смысле - один из методов альтернативного урегулирования споров. В более широком смысле, переговоры — это коммуникационное взаимодействие людей или социальных групп, когда между ними происходит обмен разного рода информацией.

**Подарок** – вещь, которую даритель по собственному желанию безвозмездно преподносит в полное владение с целью доставить удовольствие и пользу получателю подарка. Как правило, преподнесение подарка связано с каким-то поводом (определённое событие, обычай или

праздник) или является выражением добрых чувств к одаряемому (признательность, благодарность, любовь, дружба, сочувствие, симпатия). Подарок может обладать понятным для дарителя и для одаряемого дополнительным скрытым смыслом, который смысл обусловлен личными отношениями людей, а также способом преподнесения подарка или случаем, по которому его преподносят. В деловой среде дарение подарков является одним из способов поддержания отношений и регламентируется нормами делового этикета (выбор подарка, его характер и стоимость, упаковка, вручение). Многие компании пользуются подарками в своих маркетинговых целях (устраивают конкурсы среди потребителей с раздачей подарков победителям, распространяют разными способами бесплатные образцы своей продукции или же вещи с атрибутикой компании).

**Представление** – 1) Документ, содержащий предложение о назначении, перемещении или поощрении личного состава, а также рекомендацию определенных действий и мероприятий по вопросам деятельности учреждения. 2) Начальная стадия знакомства, процессе которой люди получают друг о друге основную необходимую информацию, после чего знакомство считается состоявшимся. В деловой среде человеку часто приходится представляться самому. В этом случае нужно назвать полностью свою фамилию, имя и отчество, должность и компанию, если нужно - цель визита и круг полномочий, не следует упоминать свои регалии. Если представление людей друг другу происходит при помощи третьего лица, то нужно соблюдать этикетные нормы, по которым в деловой среде, независимо от возраста и пола, младшего по должности представляют старшему.

**Презентация** – общественное представление чего-либо нового, недавно появившегося, созданного (вида продукции или услуги, организации, фирмы, книги, журнала, кинофильма, телепрограммы и др.) с целью ознакомления или рекламы, а также жанр рекламного текста (письмо-презентация). Распространенным современным вариантом является презентация с использованием мультимедийных средств, при помощи которых могут быть представлены разного рода иллюстрации, схемы, графики, фрагменты текста, аудиовизуальные материалы и т. п.

**Приглашение** – письменная или устная просьба к кому-либо явиться, прибыть, присутствовать при каком-то мероприятии. По своему назначению делятся на официально-деловые, праздничные (торжественные) и бытовые (повседневные); по способу получения делятся на письменные и устные. Письменное приглашение (особенно если оно торжественное) заполняется от руки красивым почерком при помощи чёрных чернил. Может быть напечатанное на принтере приглашение с лично сделанной отправителем подписью. Во всех случаях следует использовать бумагу и конверты хорошего качества. Приглашение должно обязательно содержать уважительное обращение к адресату, название события, дату, точное время и место его проведения. Оно должно быть за 3-4 недели (этикетный минимум – за неделю) до начала мероприятия доставлено адресату, который в течение суток после этого должен уведомить приглашающего о своём согласии присутствовать или об отказе с указанием причины (не обязательно). Приглашение на ответственное мероприятие должно быть отправлено письмом, а не по электронной почте или факсом. Уважаемым адресатам, живущим в одном городе с отправителем, приглашение отправляют через курьера. Если адресат живёт в другом городе или его статус ниже, то приглашение можно отправить по почте. Приглашение может содержать указание формы одежды (в левом нижнем углу) и просьбу известить приглашающих о своём присутствии (комбинация букв R.S.V.P. – «Repondez s'il vous plait (ответьте, пожалуйста)» в правом нижнем углу).

**Приём** – это собрание приглашенных лиц, где гостям предлагаются угощение и создают условия для общения (установления знакомств, поддержания и развития контактов), отдыха,

отправления ритуалов, осуществления церемоний. Прием может быть проведен по поводу разных праздников (государственные, национальные, профессиональные, светские, религиозные), юбилейных дат компании, важных мероприятий (выставка, конференция и др.), с целью оказания гостеприимства и почестей отдельным лицам (главам прибывших делегаций и проч.), для расширения и укрепления связей с деловыми партнёрами и клиентами, как корпоративная встреча коллектива. По составу участников прием бывает официальный (только должностные лица: сотрудники фирм, учреждений, организаций), неофициальный (должностные лица с мужьями и женами), светский (отношения гостей основаны на личных контактах: дружеских, приятельских, семейных). По способу обслуживания выделяют приемы без рассадки (фуршет, коктейль, бокал вина, бокал шампанского, барбекю, банкет-фуршет, банкет-коктейль) и приемы с рассадкой (банкет с полным обслуживанием, банкет с частичным обслуживанием, банкет-чай). Устроители выбирают вид приема в зависимости от цели, количества и состава участников, времени, материальных возможностей, наличия и подготовки обслуживающего персонала.

**Принципы и нормы нравственного поведения руководителя** – этические принципы и этикетные правила работы руководителя, определяющие его стиль руководства и общения с коллективом и направленные на повышение эффективности работы каждого сотрудника и коллектива в целом. В основе его деятельности должна быть этика ненасилия, уважение к человеку и отношение к нему всегда как к цели, а не как к средству. Важно соблюдать нормы речевого этикета, проявлять доброжелательность и терпимость, быть справедливым, уметь проявлять требовательность и конструктивно критиковать своих подчиненных, не оскорбляя их достоинства. Руководитель должен личным примером показать правильное отношение к исполнению служебных обязанностей, создать нормальную рабочую атмосферу в коллективе и задать такой стандарт поведения, который побудит подчинённых соблюдать нормы делового этикета.

**Проксемика** – использование пространственных отношений при коммуникации; организация общения, учитывающая взаимную ориентацию и пространственные потребности его участников. Каждому человеку для нормального существования необходим определенный объем собственного пространства вокруг него. Нарушение этого пространства рассматривается как недружественный поступок, как вторжение во внутренний мир. Поэтому, общаясь, люди всегда находятся друг от друга на определенном расстоянии, которое является важным показателем типа, характера и широты отношений между людьми. Границы своего личного пространства каждый человек устанавливает подсознательно. Они зависят не только от ситуации и отношения к конкретному собеседнику, но также от культуры данного народа. Например, восточные культуры допускают меньшее расстояние при общении, нежели западные. Это необходимо учитывать в деловом общении (при организации встреч, совещаний, приёмов и т. п.), чтобы не вызвать у его участников негативных эмоций и не привести к межкультурному конфликту.

**Просодические (паралингвистические) и экстралингвистические средства общения** – характеристики речи, не связанные со словами. Паралингвистические средства – это ритмико-интонационные стороны речи (высота и громкость голосового тона, тембр голоса, сила удара). Экстралингвистические средства – это включение в речь пауз, а также различного рода психологических проявлений человека (плача, кашля, смеха, вздоха и т. д.). Этими средствами регулируется поток речи и экономятся языковые средства общения. Они дополняют, замещают и предвосхищают речевые высказывания, выражая эмоциональные состояния. В деловом общении эти средства очень часто используются как эмоциональные

возбудители, чтобы вызвать у собеседника необходимые эмоции для достижения определенных целей и намерений. Правила этикета регламентируют использование этих средств таким образом, чтобы не нарушать правила хорошего тона и не создавать помех в общении (напр., не допускается повышенная громкость голоса, слишком громкий смех и кашель, неоправданно длинные паузы и др.).

**Профессиональная этика** – этические (моральные) принципы, нормы и правила поведения людей в рамках конкретного вида трудовой деятельности с учетом особенностей его профессиональной специфики и конкретной ситуации. Является основой для разработки правил делового этикета для данной профессии. Профессиональная этика и этикет должны быть неотъемлемой составной частью подготовки каждого специалиста. В некоторых видах деятельности профессиональная этика предъявляет к специалисту повышенные моральные требования, а этикет устанавливает более строгие рамки поведения (здравоохранение, воспитание и образование, правоохранительная деятельность и т. п.). Как правило, в этих видах деятельности специалисты могут распоряжаться значительными материальными ценностями, здоровьем, благополучием и жизнью людей. Сам процесс их труда требует высокой согласованности действий его участников, их солидарного поведения и проявления высоких моральных качеств.

**Прямое деловое общение** – непосредственный речевой контакт с партнерами в личной беседе или в разговоре по телефону. Обладает гораздо большей эффективностью, силой психологического внушения и интенсивностью воздействия, чем косвенное деловое общение. Чаще всего видом прямого делового общения является деловая беседа. Но это также может быть деловое совещание, собеседование, переговоры, публичное выступление. В каждом из этих случаев действуют определённые правила делового этикета, регулирующие поведение участников общения. В основе этих правил лежит уважительное и внимательное отношение ко всем участникам общения, учёт их интересов и стремление создать оптимальные условия для их сотрудничества.

**Резюме** (фр. *resume*) – 1) документ, содержащий информацию о навыках, опыте работы, образовании и другую необходимую информацию, требуемую при рассмотрении кандидатуры человека для приёма на работу. Для назначения на высокий пост от кандидата обычно требуют более объёмное жизнеописание (лат. *curriculum vitae* — «течение жизни», жизнеописание, часто сокращают до **CV**) с подробной информацией о себе, своём образовании и квалификации. Обычное резюме состоит из нескольких разделов, которые кратко знакомят работодателя со всеми сведениями о потенциальном работнике, необходимыми для его найма. Поэтому оно не должно включать информацию, не имеющую никакого отношения к предполагаемой работе. В резюме следует внести только то, что поможет наиболее выгодно и подробно охарактеризовать кандидата перед возможным работодателем: контактную информацию кандидата; краткое описание должности, на которую он претендует; краткое описание основных навыков; описание опыта работы по специальности в обратном хронологическом порядке (как правило, трёх последних мест работы); описание образования (дипломы, сертификаты и пр.); личные достижения и доступные рекомендации с прошлых мест работы. 2) подведение итогов разговора, соединение его фрагментов в единое смысловое целое с целью сделать выводы. Применяется в ходе и в конце беседы, заседания, телефонного разговора. По этикетным нормам резюмирует итоги беседы гость (посетитель) или тот, кто позвонил.

**Речевой этикет** – установленный порядок речевого взаимодействия в процессе общения; система правил речевого поведения и устойчивых формул вежливого общения; система норм, в соответствии с которыми следует устанавливать, поддерживать и прерывать речевой контакт с

другим человеком в определённой ситуации. Знание и соблюдение правил речевого этикета позволяет человеку чувствовать себя уверенно и непринужденно в любой ситуации, не испытывать неловкости и затруднений в общении. Это способствует приобретению авторитета, порождает доверие и уважение. Нормы речевого этикета весьма разнообразны, в каждой стране присутствуют свои особенности культуры общения. Но в современном деловом общении они более универсальны и стандартизированы, т. к. его участники общаются по причине участия в определённом виде деятельности (производство товаров и услуг) и выступают в официальных (формальных) статусах. Условно можно выделить правила речевого этикета в деловой среде «по горизонтали» (коллеги, деловые партнёры) и «по вертикали» (начальник – подчинённый).

**Роль** – понятие, обозначающее поведение человека в определенной жизненной ситуации, которая соответствует занимаемому им положению (например, роль руководителя, подчиненного и т.д.); образец поведения человека, которое общество признает целесообразным для обладателя данного статуса. В деловом общении эти модели поведения представляют собой стандартизированные безличные роли, строящиеся на основе профессиональных прав и обязанностей, независимо от личных особенностей того, кто эти роли исполняет.

**Рукопожатие** – жест, используемый в ритуале приветствия, прощания, поздравления, в знак одобрения, заключения определённого соглашения или примирения. Заключается в сжатии людьми рук друг друга, а иногда это сопровождается небольшим покачиванием соединённых рук. Цель рукопожатия – продемонстрировать внимание, благонамеренность и добрую волю. В деловой среде это один из наиболее распространенных жестов среди мужчин и женщин. Но в ряде стран Востока (особенно в мусульманских) его используют меньше, а также не допускают между мужчиной и женщиной. По правилам этикета первым руку подаёт тот, чей статус выше (хозяин – гостю; начальник – подчинённому; женщина – мужчине; старший – младшему). Есть ряд случаев, когда рукопожатие неуместно (в туалете, во время застолья, если человек курит). Нельзя подавать руку в перчатке тому, кто их снял перед приветствием. Женщине не принято при рукопожатии сжимать и трясти руку мужчины, чтобы её не заподозрили в желании пофлиртовать.

**Самообладание** – способность человека сохранять внутреннее спокойствие, действовать разумно и взвешенно в сложных жизненных ситуациях, управлять своими действиями, проявлениями эмоций и внутренними побуждениями. Является чертой характера (как привычка «владеть собой»), а также собирательной волевой характеристикой, которая включает в себя выдержку, смелость и отчасти решительность, т. е. те волевые качества, которые связаны с подавлением отрицательных эмоций, вызывающих нежелательные для человека побуждения. Связано с самоконтролем и саморегуляцией эмоционального поведения, с самоограничением эмоционального реагирования и зависит от соотношения между чувствами и разумом. Для успешного делового человека это одно из главных качеств, позволяющее ему соблюдать деловой этикет и избегать многих проблем.

**Самооценка** – оценка человеком собственных качеств, достоинств и недостатков; представление человека о важности своей личности, о своей деятельности среди других людей и оценивание себя, своих качеств и чувств, достоинств и недостатков, выражение их открыто или в скрытой форме. Основным критерием оценивания выступает система смыслов и ценностей самого индивида. Это важный элемент в процессе самопознания, т. к. человек как личность – это оценивающее себя существо. Без самооценки ему невозможно самоопределиться в жизни. Верная самооценка означает критическое (но не уничижительное) отношение к себе, разумное сопоставление своих возможностей с предъявляемыми жизнью требованиями, умение ставить перед собой достижимые цели и трезво анализировать

результаты своей деятельности. Высший уровень самооценки – максимально адекватное отношение к себе и своим возможностям.

**Светская беседа (Small talk)** – неформальное общение, предшествующее основному разговору на переговорах, светских мероприятиях и т. п. Цель такой беседы создать эмоциональный контакт, благоприятный психологический климат и получить необходимую информацию, которая потом может быть полезной в ходе переговоров и подписания контрактов. Темой обычно служат события и явления культурной жизни, путешествия, новые книги, свежие публикации, общие интересы собеседников (хобби, увлечения), события, которые происходят в регионе в период переговоров. Поэтому к такой беседе нужно готовиться заранее. Запретные темы для такого разговора: политика, религия, здоровье, работа и сфера деятельности собеседника, финансы и имущество, личная жизнь и родственники.

**Скромность** – умение не переоценивать себя, не подчёркивать свою значительность, сдерживать себя, не афишировать свои достоинства и заслуги; черта характера человека, выражающаяся в умеренности во всех требованиях, в отсутствии стремления к роскоши, к первенству, к активной демонстрации себя. Скромность склоняет человека к соблюдению рамок приличия в общении с другими людьми, т. к. несовместимыми с ней качествами являются наглость, нахальство, гордыня и заносчивость, бунтарство, тщеславие, кичливость и т. п. Скромность – одна из важнейших норм в рамках делового этикета, которая предписывается всем участникам делового общения.

**Служебный этикет** – профессиональные требования к поведению и подготовленности человека, к соблюдению им канонов своей профессии; совокупность целесообразных правил поведения людей в трудовых коллективах. Правила и нормы служебного этикета обусловлены важнейшими принципами общечеловеческой морали и нравственности. Соблюдение этих правил и норм этикета является обязательным для всех независимо от статуса (руководителей и подчиненных). Служебный этикет должен способствовать созданию здорового морально-психического климата в коллективе и повышению производительности труда, позволяя человеку лучше взаимодействовать с другими участниками делового общения (коллегами, партнерами и др.).

**Смокинг** – предмет мужской одежды, предназначенный для торжественных приемов. Это пиджак определённого покроя с атласным воротником, который обычно дополняют брюки с атласными лампасами. Появился в Англии в 80-х годах XIX в. как клубный костюм, т. к. с атласного воротника и лацканов легко было стряхивать пепел при курении (for smoking). Классический цвет смокинга – чёрный или белый с кремовым отливом. Именно к смокингу и фраку мужчина может надеть лакированные туфли, а к остальным костюмам надевают кожаные туфли. Если от гостей какого-то приёма ожидают появления в смокингах, то это указывают в приглашении.

**Совершенство** – понятие, выражающее идею некоего высшего стандарта, с которым соотносятся цели и результаты предпринимаемых человеком усилий. Совершенствование рассматривается как процесс достижения идеала, но главное значение имеет не сам этот процесс (идеал всегда будет недостижим), а максимально возможное для человека выполнение его жизненных задач. В рамках делового этикета можно безгранично совершенствовать свои знания и навыки, но главной задачей делового человека является не это. Его навыки и знания в области этикета должны обеспечить ему возможность эффективного общения в деловой среде, позволяя успешно строить свою карьеру.

**Совесть** – способность человека критически оценивать свои поступки, мысли, желания, осознавать и переживать их несоответствие моральным нормам как свою проблему. Является нравственным регулятивом поведения человека, который формируется как важнейшая часть его личности в процессе взросления и социализации. Это более надёжный и строгий ограничитель, чем любые виды внешнего контроля. Не случайно выражения «спокойная совесть» или «чистая совесть» означают осознание человеком реализации всех своих возможностей в данной конкретной ситуации, максимально возможного исполнения своих обязательств. Свободное и естественное следование нормам делового этикета возможно только тогда, когда в случае их нарушения человек будет испытывать муки совести, рассматривая это как плохой поступок.

**Спор** – это всякое столкновение мнений, разногласие в точках зрения по какому-либо вопросу, предмету; дискуссия, в ходе которой каждая из сторон аргументированно отстаивает свою правоту, своё понимание обсуждаемых проблем и стремится опровергнуть доводы другой стороны. Если споре вместо существенных аргументов применяют разные психологические и логические уловки и каверзы, то такой спор называется демагогическим. Важно отметить, что спор – это такое столкновение мнений, когда обе стороны или более осознают, что они ведут спор и заявили друг другу об этом (иначе это диалог). В деловом общении спор является нормальной его частью, но он таким образом регламентируется нормами делового этикета, чтобы его участники не проявляли агрессии, не оскорбляли друг друга и могли прислушаться к мнению противоположной стороны.

**Сотрудничество** – тип взаимоотношений людей между собой в процессе деятельности, который характеризуется согласованностью, слаженностью мнений и действий; стремление человека к согласованной, слаженной работе с людьми, готовность поддержать и оказать им помощь. Именно такими в идеале должны быть отношения между объединёнными общей задачей участниками деловых отношений. Одна из главных задач делового этикета – обеспечить условия для наиболее полного и эффективного сотрудничества в трудовом коллективе и с деловыми партнёрами.

**Статус** – состояние, позиция, ранг объекта или субъекта в любой иерархии, структуре, системе; положение индивида или социальной группы в обществе или отдельной подсистеме общества; положение человека в системе внутригрупповых отношений, определяющее его обязанности и права, а также степень его авторитета в глазах остальных участников группы. В деловом общении все статусы, как правило, формальны и отражены в должностях, занимаемых его участниками. Поэтому деловой этикет учитывает различия статусов и предписывает такие нормы, которые отражают различия прав и обязанностей среди участников делового общения.

**Такесические средства общения** – динамические прикосновения к партнеру по общению в форме рукопожатия, похлопывания, обнимания, поцелуя и т.п. Являются биологически необходимой формой стимуляции общения, дополняющей и подкрепляющей словесное (вербальное) общение. Использование этих средств общения регламентируется в рамках делового этикета рядом таких факторов, как статус партнеров, возраст, пол, степень знакомства, специфика национальных бытовых и религиозных традиций. Именно эти средства общения в большей мере, чем другие невербальные средства, выполняют роль индикатора статусно-ролевых отношений в деловом общении, показателя степени близости общающихся. Если человек не может верно использовать такесические средства по отношению к коллегам, деловым партнёрам, начальству или клиентам, то это может привести к серьёзным конфликтам в деловом общении.

**Такт (тактичность)** (лат. *tactus* – прикосновение, чувство, осязание) – принцип этикета, выражающийся в умении человека что-либо сказать или сделать уместно, никого не поставив в неловкое положение; чувство меры, подсказывающее правильное отношение, подход к кому-то или чему-то; умение держать себя подобающим образом; чувство меры, которую необходимо соблюдать в разговоре, в личных и служебных отношениях; умение чувствовать границу, за которой в результате наших слов или действий начинается обида у человека, с которым мы общаемся; чуткое и бережное внимание к душевному состоянию окружающих людей.

**Толерантность** – отношение к другому человеку как к равноценной личности, выражающееся в сознательном подавлении чувства неприятия, вызванного всем тем, что в другом человеке может отличаться и выглядеть непривычно (внешность, манера речи, вкусы, образ жизни, убеждения и т.п.). Предполагает сознательный отказ от применения силы и давления, настроенность на понимание и диалог с другими, признание и уважение их права на отличие, на сохранение своей особенности и самобытности. Это ключевой нравственный принцип гражданского общества. Но толерантность не должна оборачиваться попустительством злу, терпимостью к проявлениям насилия, к посягательствам на свободу и нравственное достоинство человека. Толерантность как важный элемент культуры делового общения является необходимым условием эффективного сотрудничества людей различных верований, культурных традиций и политических убеждений. Это одна из базовых основ делового этикета, отражение заложенного в нём гуманизма.

**Удобство** – (также эргономичность от др.-греч. ἔργον — работа и νόμος — «закон») - приспособленность для использования, наличие условий, возможностей для лёгкого, приятного, необременительного пользования чем-либо или удовлетворения каких-либо нужд, потребностей. Одна из базовых основ делового этикета, который обязательно должен обеспечить участникам делового общения максимально комфортабельные условия для их деятельности.

**Умеренность** – положительное качество, выражающееся в самообладании, в умении человека быть хозяином своих чувств, желаний, влечений и страстей, выбирать адекватные средства для достижения личного благополучия. Это необходимое условие достижения человеком нравственно обоснованных целей в жизни. Умеренность – один из важнейших принципов, лежащих в основе требований этикета, которые учат человека быть сдержанным и избегать излишеств.

**Универсализм** (лат. *universalis* - всеобщий) – разносторонность, универсальность в знаниях и сведениях, широта знаний и профессиональных навыков и т.п.; одна из базовых основ делового этикета, согласно которой каждая этикетная рекомендация или норма должна опираться на традиции общегражданского этикета и отражать универсальные этические стандарты, а также быть направлена на многие стороны деловых взаимоотношений.

**Фуршет** (фр. *fourchette* – «на вилку», т. к. вилка – основной прибор на таком приёме) – очень популярный в деловой среде вид приема без рассадки. Начинается обычно в 17-18 часов и может продолжаться 1-1,5 часа. Преимущества фуршета: 1) возможность на той же площади принять примерно в 4 раза больше гостей, чем на приеме с рассадкой; 2) заметно меньшие по сравнению с традиционным банкетом затраты на проведение; 3) свободное и активное общение гостей, которые сами выбирают себе место, могут подойти к нужному человеку, пообщаться с большим числом людей и установить деловые контакты. Фуршет может быть частью другого более масштабного мероприятия (презентации, конференции и т. п.).

**Церемониал** (лат. *caeremonia* – почтение, благоговение) – торжественное совершение чего-либо, обряд по установленным правилам; порядок совершения церемоний (действий или изъятий символического характера, традиционно обязательных в тех или других случаях общественной или религиозной жизни), установленных для какого-то торжественного случая (коронование, венчание, погребение, инаугурация и т. п.). В широком смысле церемониал означает весь комплекс традиционно обязательных обрядов и форм, регулирующих все сферы общественной и религиозной жизни. В более узком смысле – формы, регулирующие внешнее обращение людей между собою, все то, что в общезнании обыкновенно называется этикетом. Наконец, в общезнании под церемониалом понимают лишь порядок совершения церемоний, установленных для того или другого торжественного случая. В любом случае это предполагает набор этикетных норм.

**Человечность** - моральное качество, выражающее принцип гуманизма применительно к повседневным взаимоотношениям людей. Включает ряд более частных качеств - благожелательность, любовь к людям, уважение их достоинства, права на счастье, благожелательность, сочувствие, великодушие, самопожертвование ради интересов других.

**Честь** – понятие, отражающее признание достоинства человека со стороны других, а также (в выражениях типа «честь имею» или «для меня это большая честь») принятие или утверждение человеком этого признания. В чести человека отражено, с объективной точки зрения, мнение других о его достоинстве, а с субъективной – его зависимость от этого мнения, страх перед ним.

**Чувства** - эмоциональная сторона духовной деятельности личности, характеризующая наряду с убеждениями ее субъективную моральную позицию. По своей психологической природе чувства - это устойчивые условно-рефлекторные образования в сознании человека, составляющие основу его аффективно-волевых реакций в различных ситуациях (эмоций и побуждений). По своему социальному содержанию моральное чувство представляет собой особую форму отношения человека к различным явлениям действительности, основанную на их соответствии или несоответствии потребностям человека.

**Щедрость** – положительное человеческое качество, обозначающее способность оказывать бескорыстную помощь другим людям, делиться с ними личным имуществом, имеющим ценность для самого человека и представляющим одновременно ценность для других; в широком смысле – открытость человека другим людям, готовность делиться с ними не только своим материальным достатком, но и способностями, знаниями, душевными силами. Этикетные нормы поведения ориентируют человека на определенное проявление щедрости в общении с людьми.

**Эгоизм** – жизненная позиция, в соответствии с которой человек рассматривает удовлетворение личного интереса в качестве высшего блага и считает, что каждому следует стремиться только к максимальному удовлетворению своего личного интереса, при необходимости даже игнорируя и нарушая интересы других людей или общий интерес. В деловом общении открытое проявление эгоизма создаёт серьёзные проблемы и мешает сотрудничеству. Поэтому нормы делового этикета требуют от человека проявлять внимание к другим и ограничивать свой эгоизм.

**Этика делового общения** – совокупность нравственных норм и представлений, регулирующих поведение людей, взаимодействующих в интересах достижения определенного производственного, коммерческого или организационного эффекта.

**Этикет** – совокупность норм и правил, отражающих представления о должном поведении и формализующих процесс коммуникации людей в обществе. Слово «этикет» впервые было употреблено в современном его значении на приеме при дворе короля Франции Людовика XIV (1638–1715), когда гостям были розданы карточки (этикетки) с изложением того, как они должны держаться, но само существование сводов определенного порядка поведения людей гораздо древнее. Этикет – часть социального уровня культуры. Поскольку неотторжимой частью культуры является система цензур и запретов, то можно сказать, что этикет на обыденном уровне является отражением общего ее состояния. Его нормы, в отличие от норм морали, являются условными, они носят характер неписаного соглашения о том, что в поведении людей считается общепринятым, а что нет. Человек должен знать и соблюдать нормы этикета, а также понимать необходимость их существования. Умение правильно вести себя в обществе облегчает установление контактов, способствует достижению взаимопонимания, создает добрые взаимоотношения. Современный этикет имеет много направлений: светский этикет, деловой, дипломатический, медицинский, юридический, воинский, сетевой этикет, гостевой, столовый, винный этикет, этикет флага и т.д.

**Этические принципы и нормы поведения деловых людей** – общепринятые в деловом мире принципы поведения: свобода, терпимость, тактичность и деликатность, справедливость, деловая обязательность и др. Все эти основополагающие нормы в целом совпадают с общими понятиями о добре, о благе, о нравственных ценностях общества. Они также отражены в правилах делового этикета, которые никогда не могут противоречить общепринятым моральным нормам.

**Эффект визуального имиджа** – впечатление о внешнем виде выступающего, на основе которого происходит приятие или неприятие его аудиторией. Первое впечатление формирует у аудитории симпатии или антипатии к выступающему еще до того, как он начал говорить. Привлекательный внешний вид, элегантная манера общения, открытый доброжелательный взгляд - все это оказывает на людей позитивное воздействие до начала речи выступающего.

**Яппи** (англ. **Yuppie**, аббр. от **Young Urban Professional Person** + суфф. – **ie** – молодой городской профессиональный человек; иногда встречается вольное толкование от **Young, UPwardly-mobile Professional** + суфф. –**ie** – молодой поднимающийся вверх профессионал) – состоятельные молодые люди, чей образ жизни активен и построен на увлечении профессиональной карьерой, стремлении к материальному успеху. Яппи имеют высокооплачиваемую работу, в одежде предпочитают деловой стиль, следят за модой, посещают фитнес центры. Основным критерий принадлежности к «яппи» успешность в бизнесе. Понятие «яппи» возникло в США в начале 1980-х годов как антитеза предшествующим им хиппи, отрицавшим традиционные буржуазные ценности. Яппи носит дорогой строгий костюм консервативных цветов, имеет мобильный телефон и другие гаджеты последней модели, дорогой автомобиль и хорошую квартиру с дорогой мебелью. Он любит свою работу, обычно соблюдает нормы этикета, стремится быть дружелюбным и вежливым. В сообществах яппи не принято проявление зависти и ненависти, открытая агрессия.

**Иванов Вячеслав Владимирович**

**Деловой этикет**

Учебно-методическое пособие для аудиторной и самостоятельной работы студентов всех форм обучения и направлений подготовки (с комплектом заданий разного уровня)