

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

Кафедра философии, социологии и истории

В. В. ИВАНОВ

ДЕЛОВОЙ ЭТИКЕТ

Методические указания для студентов направления подготовки
35.03.08 Водные биоресурсы и аквакультура
очного и заочного отделения (уровень бакалавра)

Молодежный 2021

Оглавление

<u>Введение</u>	3
<u>Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины</u>	5
<u>Содержание дисциплины, структурированное по темам с указанием отведенного на них количества часов и видов учебных занятий:</u>	Ошибка! Закладка не определена.
<u>Содержание разделов дисциплины.</u>	8
<u>Вопросы к зачету.</u>	10
<u>Комплект заданий для контрольной работы.</u>	12
<u>Вопросы для устного опроса</u>	14
<u>Рекомендуемая литература.</u>	29
<u>ГЛОССАРИЙ</u>	32
<u>(толковый словарь терминов учебной дисциплины)</u>	32

Введение

Между людьми в общественной и деловой среде постоянно происходят коммуникации. От умения грамотно выстроить коммуникацию зависит социализация человека в обществе, приобретение важных социальных связей. Знание правил и норм делового этикета помогают правильно выстроить общение с другими людьми, добиться лояльности, уважения со стороны партнера. Кроме того, в силу своей специфики изучение делового этикета помогает индивиду стать всесторонне развитой личностью, ведь деловой этикет, повышает его общий культурный уровень, помогает приобщиться к общечеловеческим гуманистическим ценностям. Соблюдение навыков делового этикета позволяет расширить кругозор, дает возможность стать воспитанным человеком.

Овладение правилами делового этикета, прежде всего навыками деловой коммуникации помогает всем тем людям, которые мечтают построить карьеру. Американский писатель – психолог Дейл Карнеги утверждал, что успешная карьера на 85% зависит от навыков делового общения. Навыки делового этикета позволяют студенту, после получения профессии научиться грамотно выстраивать взаимоотношения с окружающими, предотвращать, а в случае возникновения гасить конфликтные ситуации. К сожалению, в наше время зачастую приходится сталкиваться с мнением, что навыки делового этикета не нужны. Ведь в бизнес среде приходится сталкиваться с фривольностями и несоблюдением правил приличия. Однако это далеко не так. Если в определенных кругах фривольности являются нормой, то бизнесменам по долгу службы часто приходится общаться с чиновниками, с солидными инвесторами, людьми старших поколений, а также со многими иностранными партнерами, для которых эти вольности неприемлемы. От соблюдения правил делового общения зависит репутация человека в деловой среде. Соблюдение норм этикета формирует благоприятный имидж.

Также следует отметить, что курс делового этикета позволяет студенту овладевать навыками убеждения, грамотного отстаивания своей позиции на деловых переговорах, что в значительной степени может способствовать успеху в его профессиональной деятельности. Овладения навыками составления деловых писем позволяют студенту лучше усвоить литературные нормы русского языка, позволяют ему более правильно излагать свои мысли.

Основные требования, предъявляемые к уровню и характеру знаний студента. Во время зачета и при проверке реферата к студенту предъявляются требования знаний из основных разделов предмета. Необходимо, чтобы студент знал

основные принципы делового этикета, усвоил все правила деловой коммуникации, знал все основные нормы и манеры поведения, которые предъявляет ему общество. Во время зачета преподаватель должен сделать акцент в первую очередь на знаниях студента в области организации деловой беседы, проведения деловых переговоров, правилах деловой переписки, а также внешнем виде делового человека.

Активное владение материалом, полное усвоение всех норм делового этикета является основанием для получения зачета с высоким баллом. Итоговая оценка учащегося также зависит от активности на занятиях, количестве и качестве выполненных самостоятельных работ в виде докладов и рефератов, а также их защиты. За активность на занятиях студент получает определенное количество баллов. Учащиеся, набравшие максимальное количество баллов получают зачет автоматом.

ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель изучения дисциплины «Деловой этикет»:

- обеспечить формирование полноценной личности социально ответственного, граждански активного и толерантного человека, разделяющего гуманистические идеалы, способного к работе в коллективе, к самосовершенствованию, самоорганизации и самообразованию, ознакомить студентов с деловым этикетом как отражением нравственных норм и важной основой формирования деловых отношений, с его понятиями, принципами и нормами.

Основные задачи курса:

- способствовать освоению слушателями ключевых этических принципов и этикетных норм делового общения, приобретению навыков оптимального поведения в разных ситуациях, связанных с деловыми контактами;

- обучить их самостоятельно ориентироваться в системе этикетных норм.

Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Методические указания для проведения аудиторных (практических) занятий

В целях освоения учащимися всей программы курса «Деловой этикет» обучающиеся должны проявлять познавательную активность и самостоятельность. Курс «Деловой этикет» позволяет создать представление об этикете, истории его становления и развития, роли в современном обществе. Курс позволит студентам освоить основные этические нормы делового человека, правила делового поведения, общения, переписки, проведения деловых переговоров, а также правила основного поведения человека на рабочем месте с целью успешного освоения профессии и карьерного роста. Основные формы аудиторной и самостоятельной работы в рамках освоения курса «Деловой этикет» рассмотрены ниже.

Согласно учебным планам факультетов студенты специалитета Иркутского ГАУ им. А. А. Ежевского 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 на данном курсе согласно учебному плану не предусмотрены, поэтому преподаватель основные теоретические вопросы делового этикета и разделы курса должен давать на семинарском занятии. В значительной степени студенты сами должны ознакомиться с материалами предмета в процессе самостоятельной подготовки к семинарскому занятию.

Семинарские (практические) занятия являются главным средством углубления и закрепления знаний, формирования познавательной деятельности и комплексного развития умений. Студенты заблаговременно получают темы семинарских занятий, вопросы, список литературы, пояснения. Часть времени семинарского занятия преподаватель посвящает краткому теоретическому рассказу по теме занятия. Остальная часть семинара представляет контроль самостоятельных работ студентов по изучаемому разделу. Основные формы контроля студентов на семинарских занятиях — это доклады(презентации), рефераты, эссе. Студент, набравший в процессе семинарских занятий более 51 балла получает зачет автоматом.

Доклад на семинаре позволяет студентам наглядно продемонстрировать результаты проделанной самостоятельной работы. Представляет собой выступление студента по выбранной им из списка тем, на основе подобранных для нее литературы и источников.

Выступление студента должно быть логичным, структурированным, непротиворечивым, занимать по продолжительности не менее 10-15 минут. За хорошо выполненный без замечаний доклад студент получает до 10 баллов.

Доклад студента может быть также выполнен в форме презентаций на компьютере в программе Power Point, с представленными в нем наглядными иллюстрациями, с обозначенными целями и задачами, списком литературы. За презентация студент может получить до 12 баллов.

Консультации для студентов позволяют им получить ответ на возникшие в ходе самостоятельной работы вопросы, выявить неточности и пробелы в их знаниях и скорректировать дальнейший ход изучения курса «Деловой этикет». Специальная консультация проводится и непосредственно перед зачетом.

Эссе - краткое самостоятельное изложение одной из тем предмета в письменной форме на семинарском занятии, в процессе написания студент может самостоятельно выразить свои мысли и мнение. Максимальная оценка 5 баллов.

Реферат(контрольная работа) – важнейшая форма самостоятельной работы студента. Обучающийся должен выбрать тему, подобрать литературу и источники, а затем по возможности полно и подробно изложить указанную тему в соответствии с планом. Сбор материала и написание, устное изложение написанного и обсуждение рефератов способствует выработке навыков научно-исследовательской работы, умения самостоятельно анализировать, обобщать и систематизировать материал, сопоставлять различные точки зрения, находить собственную позицию по спорным вопросам и аргументировать ее.

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. Контрольная работа должна состоять из введения, где обосновывается актуальность темы, цели и задачи, основной части, состоящей из не менее, чем 2 глав и заключения, в котором подводятся

итоги исследования. На последней странице работы обязательно должны быть указаны используемые источники. Объем контрольной работы не менее 15 страниц. Максимальная оценка за реферат – 15 баллов.

Зачет. Итоговой контроль знаний студентов проводится на зачете. Билет для зачета содержит 2 вопроса, относящихся к разным разделам курса. Для подготовки к зачету заранее студент может опираться на свой конспект семинарских занятий, учебники и дополнительную литературу. 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.

Содержание разделов дисциплины.

Раздел 1. Сущность делового этикета.

Тема 1. Понятие деловой этикет и его значение в обществе.

Определение понятия деловой этикет. История возникновения делового этикета. Роль делового этикета в жизни современного общества. Виды делового этикета. Дипломатический этикет: основные характеристики. Профессиональный этикет: основные характеристики. Общегражданский этикет: основные характеристики.

Тема 2. Принципы, структура и функции делового этикета.

Основные нормы и принципы делового этикета. Основные функции делового этикета и их значение. Деловой этикет как частный вид социальных норм. Правила делового этикета, используемые в профессиональной деятельности.

Раздел 2. Речевой этикет в деловом общении.

Тема 1. Нормы, принципы, функции речевого этикета в деловом общении.

Понятия речевой этикет. Вербальное и невербальное общение. Постулаты использования речевого этикета. Принципы речевого этикета. Функции речевого этикета. Основные особенности, которые следует учитывать при общении с деловыми партнерами. Правила речевого поведения с иностранными партнерами.

Тема 2. Основные правила использования речевого этикета.

Правила обращения и приветствия. Правила грамотного использования речи в деловой среде. Правила для говорящего и слушающего. Правила использования этикетный речевых средств в отдельных сложных ситуациях. Этикет телефонных переговоров.

Раздел 3. Этикет в деятельности руководителя.

Тема 1. Понятие руководства, функции руководителя.

Роль руководителя в жизни предприятия и коллектива. Основные цели и задачи руководителя. Понятие лидер и руководитель сходства и различия. Характеристика идеального руководителя. Роль этикетных норм в деятельности руководителя.

Тема 2. Основные этикетные нормы поведения руководителя.

Правила поведения должностных лиц. Принципы руководителя. Этикет и имидж руководителя. Правила взаимоотношений руководителя и подчиненных. Типичные ошибки руководителя. Стили управления (авторитарный, либеральный, демократический).

Раздел 4. Этикет оформления деловых бумаг.

Тема 1. Основные правила оформления деловых документов.

Понятие деловой документ. Виды деловых документов. Требования ГОСТа к оформлению деловых документов. Этикетные нормы и требования к оформлению деловых бумаг. Правила оформления визитных карточек.

Тема 2. Правила оформления деловых писем.

Понятие деловое письмо. Виды деловых писем. Требование ГОСТа к оформлению деловых писем. Рекомендации к оформлению текста делового письма. Лексические и языковых нормы в тексте делового письма. Этикетные нормы составления деловых писем.

Раздел 5. Этикет деловых переговоров.

Тема 1. Цель, принципы и методы ведения деловых переговоров.

Сущность деловых переговоров. Цель и средства проведения. Характеристика мягкого метода ведения переговоров. Характеристика жесткого метода ведения переговоров. Характеристика метода принципиальных переговоров.

Тема 2. Основные правила проведения деловых переговоров.

Правила подготовки к деловым переговорам. Правила поведения на начальной, основной и заключительной стадии переговоров. Правила общения с деловыми партнерами и основные способы успешного заключения договоренностей.

Раздел 6. Имидж делового человека как проявление этикетных норм.

Тема 1. Понятие деловой имидж. Модель поведения.

Понятие деловой имидж. Характеристики делового имиджа. Рекомендации и этикетные нормы, позволяющие создать благоприятный деловой имидж. Модель поведения. Характеристики оптимальной модели поведения. Этикет подарков и сувениров в сфере деловых отношений. Этикетные нормы поведения на деловом приёме и за столом.

Тема 2. Внешний вид делового человека.

Основные виды одежды делового человека. Деловой костюм и основные его характеристики. Правила использования костюма для делового мужчины. Правила использования костюма делового мужчины.

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.
21. Этикет как выражение социальных норм.
22. Роль этикета в жизни общества и в развитии культуры.
23. Соотношения деловой этики и делового этикета.
24. Деловой этикет как регулятор отношений в сфере делового общения.
25. Своеобразие национальных традиций делового этикета в России.

26. Деловой этикет и конфликтные ситуации в профессиональной среде.
27. Этический кодекс предпринимателя в разных странах и культурах.
28. Влияние протестантизма на формирование европейского делового этикета. (УК-4)
29. Этические и этикетные нормы в современном рекламном бизнесе.
30. Формирование деловой этики и этикета в постсоветской России.
31. Имидж современного руководителя.
32. Неформальные отношения руководителя с подчинёнными.
33. Специфика поведения женщины-руководителя в современном обществе.
34. Влияние государственной политики на нормы деловой этики и этикета.
35. Этикет и имидж делового человека.
36. Этикетные нормы поведения и внешности делового человека.
37. Гендерные аспекты имиджевого этикета в деловой среде.
38. Учет гендерных аспектов, традиций и статуса при выборе подарка.
39. Специфика делового приёма и его роль.
40. Дресс-код как отражение норм этикета.

Список билетов к зачету (образцы)

Билет №1:

1. Понятие этикета. Нравственные основы этикета.
2. Имидж современного руководителя.

Билет №2:

1. Структура и функции делового этикета.
2. Дресс-код как отражение норм этикета.

Комплект заданий для контрольной работы.

Темы эссе.

1. Имидж как один из факторов успешной карьеры делового человека.
2. Этикетные нормы, регламентирующие поведение и внешний вид делового человека.
3. Консерватизм, сдержанность и аккуратность как черты делового стиля.
4. Внешний вид как важнейший элемент имиджа делового человека.
5. Дресс-код как часть делового этикета.
6. Личная гигиена как составная часть имиджа делового человека.
7. Гендерные аспекты имиджевого этикета.
8. Соблюдение речевого этикета как часть имиджа делового человека.
9. Одежда, внешний вид и аксессуары делового мужчины.
10. Особенности одежды, обуви и аксессуаров деловой женщины.
11. Роль причёски, украшений и макияжа во внешнем облике деловой женщины.
12. Хорошие манеры как важный элемент имиджа делового человека.
13. Роль делового приёма в налаживании и поддержании деловых отношений.
14. Специфика делового приёма и поводы для его проведения.
15. Особенности разных видов деловых приёмов.
16. Организация и проведение домашнего делового приёма.
17. Деловой завтрак, обед и ужин в ресторане или кафе.
18. Фуршет как вид делового приёма.
19. Чайный или кофейный стол как вид делового приёма.
20. Коктейль как вид делового приёма.
21. Барбекю как вид делового приёма.
22. Особенности разных видов банкета.
23. Дресс-код для присутствия на деловых приёмах разного типа.
24. Правила поведения на деловых приёмах разного типа.
25. Правила рассаживания гостей за столом на деловом приёме.
26. Этикетные нормы поведения за столом на деловом приёме.
27. Правила пользования столовыми приборами на деловом приёме.
28. Учет национальных и религиозных традиций при подготовке деловых приёмов.

Максимальная оценка 5 баллов.

Темы докладов и рефератов.

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.

Критерии оценки: (самостоятельность выполнения, способность аргументировать положения и выводы, четкость, лаконичность, оригинальность постановки проблемы, уровень освоения темы и изложения материала (обоснованность отбора материала, использование первичных источников, способность самостоятельно осмысливать факты, структура и логика изложения). Максимальная оценка: доклад 10 баллов, реферат 15 баллов.

Шкала оценивания в баллах в соответствии с рейтинг-планом дисциплины.

Вопросы для устного опроса

1. Дайте определение понятию Речевого этикет. Назовите постулаты и принципы речевого этикета.
2. Назовите правила поведения для говорящего и слушающего.
3. Назовите основные правила Телефонных переговоров
4. Назовите основные правила деловых переговоров.
5. Назовите основные правила оформления деловых документов по ГОСТУ (требования к тексту, шрифту, текстовый редактор, состав реквизитов).
6. Назовите основные виды и характеристики делового костюма для мужчины и женщины

Перечень дискуссионных тем для диспута по дисциплине «Деловой этикет».

Максимальное количество баллов 3.

Этикет подарков и сувениров в сфере деловых отношений

Перечень базовых вопросов для диспута:

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?

Критерии оценки:

шкала оценивания в баллах в соответствии с рейтинг-планом дисциплины.

Комплект заданий для контрольной работы

по дисциплине «Деловой этикет».

Максимальное количество баллов 5.

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.
-

Критерии оценки:

шкала оценивания в баллах в соответствии с рейтинг-планом дисциплины

ФГБОУ ВО Иркутский государственный аграрный университет им. А. А.
Ежевского

Кафедра философии, социологии и истории

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

Максимальное количество баллов 10.

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.

ФГБОУ ВО Иркутский государственный аграрный университет им. А. А.
Ежевского
Кафедра философии, социологии и истории
Варианты тестов для итогового контроля по дисциплине «Деловой этикет».
Максимальное количество баллов 10.

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 дополнительности г) принцип историзма;
8. Профессиональный этикет включает в себя требование: а) грамотно владеть культурой речи и профессиональными терминами б) уметь исполнять балльные 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) просодика 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 объёмная 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) убеждённость 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, миимику, 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. Стил ь 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 даёт: 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.

Критерии оценки уровня овладения студентами компетенциями на этапе итогового тестирования по дисциплине «Деловой этикет»:

- если студент выполняет правильно до 50% тестовых заданий, оценка «неудовлетворительно»;
- если студент выполняет правильно 51-70% тестовых заданий, оценка «удовлетворительно»;
- если студент выполняет правильно 71-85 % тестовых заданий, оценка «хорошо»;
- если студент выполняет правильно 86-100 % тестовых заданий, «отлично».

Деловые и ролевые игры.

Деловая игра «Телефон» по дисциплине «Деловой этикет».

Максимальное количество баллов 3.

1. Проблема:

Навыки правильного ведения деловых телефонных разговоров.

2. Концепция игры:

2. Студенты делятся на пары, внутри которых один должен исполнять роль сотрудника фирмы, а другой – роль позвонившего клиента, желающего получить информацию;
3. После окончания беседы они меняются ролями и повторяют разговор.
4. В каждой паре участники диалога должны предварительно договориться о том, какова специфика фирмы и должность представляющего её сотрудника, а также цели позвонившего.
5. Каждый разговор не должен повторяться по основным деталям.
6. Участникам игры нужно постараться максимум за 3 минуты провести деловой телефонный разговор, в процессе которого будет решена конкретная проблема.
7. Задача каждой пары – совместно отработать навыки ведения делового телефонного разговора. Для азарта подключается секундомер.

3. Ожидаемые результаты:

8. развитие навыков речевого поведения;
9. формирование навыков ведения делового телефонного разговора;
10. развитие способности к восприятию информации;
11. углубление взаимопонимания между участниками игры;

Ролевая игра «Круиз» по дисциплине «Деловой этикет».

Максимальное количество баллов 3.

1. Проблема:

Навыки эффективного решения групповых задач.

2. Концепция игры:

12. Студенты делятся на несколько команд (по 10 – 15 человек), которые при помощи карты мира, путеводителей и проспектов туристических фирм должны составить план общего 30-дневного круиза, которым они «награждены» (т. е. расходы не учитываются);
13. Каждый участник получает 15 – 20 мин. для составления собственного варианта круиза.
14. Затем за 40 – 45 мин. группа должна выработать единый вариант общего круиза.
15. Каждая команда должна предоставить подробно описанный маршрут круиза.
16. Маршрут должен быть таким, чтобы все члены команды с ним согласились.

3. Ожидаемые результаты:

17. мобилизация внимания участников игры в решении групповой задачи;
18. формирование навыков коллективной ответственности, включенности в совместную деятельность;
19. развитие способности к выработке совместной стратегии и тактики успеха;
20. углубление взаимопонимания, развитие способности эффективно работать и общаться с партнерами по команде между участниками игры.

Критерии оценки:

шкала оценивания в баллах в соответствии рейтинг-плану дисциплины

Деловая игра Убеждающая коммуникация в деловых переговорах

Для участия в игре нужны 2 команды от 4 до 10 человек. Участие в переговорах будут представлять по 1 добровольцу. На подготовку каждой команде дается 10 минут, переговоры проводятся на протяжении 15 минут, на обсуждение выделяется 20-30 минут. Членам команд даются следующие задание. Первая команда представляет интересы начальника компьютерного обеспечения компании «Глобал», вторая - менеджера по быту компании «Апельсин», которая занимается поставками компьютеров.

Начальнику компьютерного обеспечения нужно во время назначенной встречи договориться о поставке новых компьютеров, которые помогут в значительной мере увеличить объемы выполняемых работ и получить новую клиентскую базу. Но на данный момент вы не можете заплатить за такую партию компьютеров в ближайшие 2 месяца и, кроме этого, вы слышали, что будет повышение цен на компьютерную технику последних моделей. Чтобы достигнуть нужных вам договоренностей вы решили сделать намек на то, что возможно смените партнера (но не собираетесь делать этого на самом деле). Вы хотите получить 15 компьютеров по три для разных отделов, если будет меньше, то это чревато сложностью как распределить их, чтобы никто не обиделся.

Менеджеру по продажам компании «Апельсин» нужно провести переговоры на условиях, что цены на компьютеры, которые нужны «Глобал» повышены на 10 % и ваш руководитель дал четкое указание, что все заключенные сделки должны быть оплачены иначе у вас не будет премии за год. Все это усложняется тем, что от исхода разговора зависят ваши бонусы за месяц. После переговоров проводится обсуждение по следующим критериям: насколько успешно были проведены переговоры, какие приемы были использованы, какие из них повлияли на исход переговоров, а какие нет, как вы оцениваете поведение обоих менеджеров, что еще можно было использовать.

**ТИПОВЫЕ КОНТРОЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ/ВОПРОСЫ И ИНЫЕ
МАТЕРИАЛЫ, НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОЦЕНКИ РЕЗУЛЬТАТОВ
ОБУЧЕНИЯ (ТЕКУЩЕЙ АТТЕСТАЦИИ) ПО ДИСЦИПЛИНЕ,
ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ.**

КОМПЛЕКТ ЗАДАНИЙ по дисциплине «Деловой этикет» Максимальное количество баллов 15

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, дружелюбие, 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, раскройте его достоинства и недостатки.

Стиль	Характеристика и комментарии
«либерал»	
«организатор»	
«манипулятор»	
«пессимист»	
«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 15. 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 № 16. Этикет телефонных переговоров в деловом общении. Назовите и охарактеризуйте важнейшие этические нормы и этикетные правила делового телефонного общения.

Задание № 17. Составление резюме. Дополнительная информация при составлении резюме может включать (уберите лишнее): 1) владение иностранными языками (уровень владения), 2) владение компьютерными программами; 3) предпочтения в области искусства; увлечения и т.д.) 6.

Задание № 18. 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 № 19. 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:		
		приветствию	рукопожатии	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			

Критерии оценки:

шкала оценивания в баллах в соответствии с рейтинг-планом дисциплины

Рекомендуемая литература.

Основная литература:

1. Бер, Е. . Хорошие манеры и деловой этикет [Электронный ресурс] / Е. . Бер .— М. : Манн, Иванов и Фербер .— 85 с. Режим доступа: <https://lib.rucont.ru/efd/300603>
2. Данилкова, М.П. Основы делового этикета [Электронный ресурс] : учеб. пособие / М.П. Данилкова .— Новосибирск : Изд-во НГТУ, 2009 .— 44 с. Режим доступа: <https://lib.rucont.ru/efd/206099>
3. Деловое общение. Деловой этикет [Электронный ресурс] : учеб. пособие / И.Н. Кузнецов .— М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2015 .— 432 с. Режим доступа: <https://lib.rucont.ru/efd/351766>
4. Коломыцева, О.Н. Русский речевой этикет как средство формирования языковой личности [Электронный ресурс] : [монография] / О.Н. Коломыцева .— Орел : ОрелГТУ, 2007 .— 117 с. Режим доступа: <https://lib.rucont.ru/efd/151787>
5. Кузнецов, И. Н. Деловой этикет / И.Н. Кузнецов. - М.: ИНФРА-М, **2018**. - 352 с.
6. Кузнецов, И.Н. Современный этикет [Электронный ресурс] / И.Н. Кузнецов .— 9-е изд. — М. : ИТК "Дашков и К", 2019 .— 496 с. — ISBN 978-5-394-03366-
— Режим доступа: <https://lib.rucont.ru/efd/689440>
7. Латов, Н. А. Этикет делового человека. Курс лекций [Электронный ресурс] / Н. А. Латов .— М. : РУДН, 2010 .— 72 с. Режим доступа: <https://lib.rucont.ru/efd/179460>
8. Поспелова О.И., Полевая М.В., Зимелева З.А.. Деловая этика и этикет [Электронный ресурс] / Поспелова О.И., Полевая М.В., Зимелева З.А. — М. : ГАОУ ВПО МГИИТ имени Ю.А. Сенкевича, 2012 .— 9 с. — Режим доступа: <https://lib.rucont.ru/efd/190929>
9. Современный этикет [Электронный ресурс] : учеб.-метод. пособие / С. Б.

Судьина, Забайкал. гос. ун-т .— Чита : ЗабГУ, 2013 .— 45 с. : ил. — Режим доступа: <https://lib.rucont.ru/efd/257914>

10. Терентьева, Т. А. Профессиональная этика и служебный этикет [Электронный ресурс] : метод. указания для практ. занятий, домашней и самостоят. работы студентов / Оренбургский гос. ун-т, Т. А. Терентьева .— Оренбург : ОГУ, 2013 .— 38 с. — Режим доступа: <https://lib.rucont.ru/efd/227486>

Дополнительная литература:

1. Ботавина Р. Н. Этика деловых отношений: учеб. пособие для вузов/ Р. Н. Ботавина. - М. : Финансы и статистика, 2003.
2. 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.
3. Деловое общение: учеб. пособие/ авт.-сост. И. Н. Кузнецов. - М. : Дашков и К°, 2007.
4. Лавриненко, В. Н. Деловая этика и этикет : учебник и практикум для академического бакалавриата / В. Н. Лавриненко, Л. И. Чернышова, В. В. Кафтан ; под редакцией В. Н. Лавриненко, Л. И. Чернышовой. — Москва : Издательство Юрайт, 2018. — 118 с.
5. 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.
6. Основы менеджмента: учеб. пособие для вузов : допущено Советом Учеб.-метод. об-ния вузов России/ Л. Л. Алехина [и др.]. - М. : КноРус, 2007.
7. Основы менеджмента [Электронный ресурс]: электрон. учеб.: рек. УМО/ Л. В. Плахова [и др.]. - Электрон. текстовые дан. и прогр. - М. : КноРус, 2008.
8. Петрунин Ю. Ю. Этика бизнеса: учеб. пособие для вузов/ Ю. Ю. Петрунин, В. К. Борисов. - 2-е изд. - М. : Дело, 2001.

Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине:

1. Кузнецова, Жанна Геннадьевна (ст. преподаватель).

Деловой этикет : учеб.-метод. пособие для аудиторной и самостоят. работы студентов всех форм обучения и направлений подгот. (уровень специалитета) : (с комплектом заданий разного уровня) / Ж. Г. Кузнецова ; Иркут. гос. аграр. ун-т им. А. А. Ежевского. - Иркутск : Изд-во ИрГАУ им. А. А. Ежевского, 2017. - 55 с. // Электронная библиотека Иркутского ГАУ. - Режим доступа: для автор. пользователей.

URL: http://195.206.39.221/fulltext/i_004040.pdf

2. Кузнецова, Жанна Геннадьевна (ст. преподаватель).

Деловой этикет : учеб.-метод. пособие с комплектом заданий разного уровня для учащихся всех форм обучения / Ж. Г. Кузнецова ; Иркут. гос. аграр. ун-т им. А. А. Ежевского. - Иркутск : Изд-во ИрГАУ им. А. А. Ежевского, 2016. - 53 с.. - Текст : электронный // Электронная библиотека Иркутского ГАУ. - Режим доступа: для автор. пользователей.

URL: http://195.206.39.221/fulltext/Kuznecova_Delovoi_etiket.pdf

ГЛОССАРИЙ

(толковый словарь терминов учебной дисциплины)

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 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.

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 - — 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 – 50х90 мм, в Европе – 55х85 мм, в Америке – 51х89 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.

Габитарный имидж - 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 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 – 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.

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, надёжности 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.

Имидж - 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.

Конфликт - 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.

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.

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.

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).

Прием - то 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.

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 - 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).

Светская беседа - 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.

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 – черный 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.

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.

Универсализм - 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 – 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 - торжественное совершение чеголибо, 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 общежитии обыкновенно называется этикетом. Наконец, в общежитии под церемониалом понимают лишь порядок совершения церемоний, установленных для того или другого торжественного случая. В любом случае это предполагает набор этикетных норм.

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 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 принятие 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 – 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. Основной 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.