

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФИЛИАЛ ФГБОУ ВО «ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ЭКОНОМИКИ И СЕРВИСА» В Г. НАХОДКЕ

КАФЕДРА ГУМАНИТАРНЫХ И ИСКУССТВОВЕДЧЕСКИХ ДИСЦИПЛИН

ЭТИКА БИЗНЕСА

Рабочая программа дисциплины

по направлению подготовки

43.03.01 Сервис

Профиль подготовки

Социокультурный сервис

тип ОПОП прикладной бакалавриат

Рабочая программа дисциплины «Этика бизнеса» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 43.03.01 «Сервис» профиль подготовки «Социокультурный сервис» и Порядком организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры (утв. приказом Минобрнауки России от 19 декабря 2013 г. № 1367)

Составитель: Мироненко Т.И., старший преподаватель кафедры гуманитарных и искусствоведческих дисциплин

Утверждена на заседании кафедры дизайна и сервиса от 14.04.2011 года, протокол № 8.

Редакция 2015 года, рассмотрена и утверждена на заседании кафедры гуманитарных и искусствоведческих дисциплин от 24.06.2015 года, протокол № 9

Редакция 2016 года, рассмотрена и утверждена на заседании кафедры гуманитарных и искусствоведческих дисциплин от «07» июня 2016 года, протокол № 10.

Заведующий кафедрой _____



Шумейко М.В.

1 Цель и задачи освоения дисциплины (модуля)

Целью освоения учебной дисциплины является выработка у студентов целостного представления об этике бизнеса, как одной из современных областей науки и составляющих профессиональной этики, подготовка их к принятию решений в деловой жизни на основании здравого смысла и совести.

Задачами освоения учебной дисциплины являются:

- получение студентами комплекса знаний о предмете и специфике этики бизнеса;
- ознакомление с основными подходами и концепциями этики бизнеса;
- ознакомление с международными принципами этики бизнеса;
- изучение состояния российской деловой культуры и тенденций её развития;
- знакомство студентов с основами корпоративной культуры и корпоративной этики;
- получение навыков ведения переговоров с деловыми партнерами;
- содействие освоению основных правил делового общения и этикета;
- обеспечение информацией о нормах делового поведения, принятых в международном деловом сообществе.

2 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Планируемыми результатами обучения по дисциплине, являются знания, умения, владения и/или опыт деятельности, характеризующие этапы/уровни формирования компетенций и обеспечивающие достижение планируемых результатов освоения образовательной программы в целом. Перечень компетенций, формируемых в результате изучения дисциплины, приведен в таблице 1.

Таблица 1 - Формируемые компетенции

Название ОПОП ВО (сокращенное название)	Компетенции	Название компетенции	Знания/Умения/Владение	
43.03.01 Сервис (Б-СС)	ПК-11	готовностью к работе в контактной зоне с потребителем, консультированию, согласованию вида, формы и объема процесса сервиса	Знания	этику сферы сервиса и услуг, этику партнерских отношений, эстетику обслуживания, профессиональную этику и этикет.
			Умения	соблюдать требования профессиональной этики и современного этикета.
			Владения	основами профессиональной этики и этикета; основами управления персоналом; навыками проведения деловых встреч и совещаний, техникой деловой переписки и телефонных переговоров

3 Место дисциплины (модуля) в структуре основной образовательной программы

Программа дисциплины «Этика бизнеса» составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 43.03.01 «Сервис».

Дисциплина базируется на компетенциях, сформированных на предыдущем уровне образования: Философия, Этика, Правоведение, Экономика.

4 Объем дисциплины (модуля)

Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических часов, самостоятельную работу по всем формам обучения, приведен в таблице 2.

Таблица 2 - Общая трудоемкость учебной дисциплины составляет:

Сокращенное название ООП	Форма обучения	Индекс	Семестр	Трудоемкость		Аттестация
				(З.Е.)	часов (всего/лек./практи/СРС)	
Б-СС	ОФО	Б.1.ДВ.Г.02	6	3	108/17/34/56	А1, А2, ЛЗ, СЗ, СРС, ИЗ.З.

5 Структура и содержание дисциплины (модуля)

5.1 Структура дисциплины (модуля)

Тематический план, отражающий содержание дисциплины (перечень разделов и тем), структурированное по видам учебных занятий с указанием их объемов в соответствии с учебным планом, приведен в таблице 3.

Таблица 3 – Структура дисциплины

№	Темы дисциплины	Вид занятий	Объем час	СРС
	Тема 1. Предмет и задачи курса «Этика бизнеса». Понятие и сущность этики бизнеса	Лекция	2	8
		Практика	5	
	Тема 2. Теоретические основы этики бизнеса	Лекция	2	8
		Практика	5	
	Тема 3. Принципы этики бизнеса. Социальная ответственность как один из основных принципов современного бизнеса	Лекция	2	8
		Практика	5	
	Тема 4. Динамика становления и развития этики бизнеса в современной России	Лекция	2	8
		Практика	5	
	Тема 5. Этика корпоративных отношений	Лекция	3	8
		Практика	5	
	Тема 6. Культура переговоров с деловыми партнерами	Лекция	3	8
		Практика	5	
	Тема 7. Имидж и этикет в деловой жизни.	Лекция	3	8
		Практика	4	

5.2 Содержание дисциплины (модуля)

Темы лекций

Тема 1. Предмет и задачи курса «Этика бизнеса». Понятие и сущность этики бизнеса

Понятие этики, морали и нравственности. Соотношение этих понятий. «Золотое правило нравственности». Связь между мировоззрением, нравственными ценностями и поведением. Профессиональная этика. Возникновение профессиональной этики. Виды, функции, принципы профессиональной этики.

Этика бизнеса как вид профессиональной этики. Роль этики бизнеса в современном мировом экономическом сообществе. Предмет и специфика этики бизнеса. Структура этики бизнеса. Понятия макроэтики и микроэтики. Понятие стейкхолдеров.

Тема 2. Теоретические основы этики бизнеса

Становление этики бизнеса как научной дисциплины. Факторы, способствовавшие формированию этики как научной дисциплины. Основные подходы к проблемам этики бизнеса.

Основные концепции в этике бизнеса. Религия и бизнес. Протестантская трудовая этика. М. Вебер «Протестантская этика и дух капитализма». Развитие идей утилитаризма в бизнесе. Этические принципы деонтической этики. Основные положения теории справедливости. Развитие идей современной этики бизнеса в XX веке. Теоретические исследования этики бизнеса в западных странах по проблеме социальной ответственности в бизнесе. Идеи конфуцианства и их влияние на формирование этики бизнеса в восточных странах. Развитие идей современной этики бизнеса в Японии.

Тема 3. Принципы этики бизнеса. Социальная ответственность как один из основных принципов современного бизнеса

Традиционные ценности предпринимательства и основные принципы современной этики бизнеса. Этические принципы делового поведения, сформулированные американским социологом Л. Хосмером.

Декларация круглого стола в Ко (Швейцария) 1986 года как платформа объединения восточной и западной деловых культур. Принципы международного бизнеса. Отношения между корпорациями и государством. Корпорации и локальные сообщества.

Развитие концепции социальной ответственности в бизнесе. Основные проблемы реализации принципа социальной ответственности в бизнесе. Юридическая и социальная ответственность. Сущность важнейших принципов социальной ответственности организации. Механизм влияния этики на социальную ответственность корпорации. Социальная ответственность и прибыль компании. Государство и общество в оценке социальной ответственности компаний.

Корпорации и потребители: ответственность, честность, уважение человеческого достоинства. Система делового партнерства в бизнесе. Принципы конкурентных взаимоотношений в рыночной экономике. Выявление и разрешение конфликта интересов.

Отношение бизнеса к проблемам охраны окружающей среды, отношения с международными экологическими организациями. Основные тенденции развития этики бизнеса в XXI веке.

Тема 4. Динамика становления и развития этики бизнеса в современной России

Предпринимательская этика в дореволюционной России. Старообрядческий тип хозяйствования. Принципы ведения дел в России. Благотворительность русских промышленников и купцов. Деловая репутация русских предпринимателей.

Становление этики бизнеса в современной России: пути преодоления противоречий. Проблемы соблюдения правовых норм отечественными компаниями. «Хартия бизнеса в России» (1995 г.). «Хартия корпоративной и деловой этики» (2002 г.). Национальная программа «Российская деловая культура». Двенадцать принципов ведения дел в России. Российское предпринимательство и власть. Антимонопольное законодательство России как форма контроля соблюдения норм добросовестной конкуренции и монополистической практики.

Российское предпринимательство и общество. Благотворительная и социальная деятельность российских и дальневосточных компаний. Моральные стимулы благотворительности. Причины, затрудняющие благотворительность. Некоммерческие благотворительные организации России и Приморского края.

Русская православная церковь и воспитание морали отечественных бизнесменов.

Тема 5. Этика корпоративных отношений

Сущность корпоративной этики. Функции корпоративной этики. Основные принципы этики корпоративных отношений. Этические проблемы корпоративных отношений. Мотивация сотрудников. Карьера и карьерные стратегии. Проблемы субординации. Модели отношений предпринимателей к сотрудникам. Этические нормы поведения руководителя. Этика разрешения конфликтов. Правила конструктивной критики.

Этические кодексы предприятий. Функции этических кодексов. Типы этических корпоративных кодексов. Основные составляющие этических кодексов. Карты этики. Этические кодексы ведущих предприятий Приморья: общее и специфическое.

Комитеты по этике. Социальные ревизии. Обучение этичному поведению руководителей и сотрудников. Этическая экспертиза. Этическое консультирование.

Тема 6. Культура переговоров с деловыми партнерами

Основные цели и задачи переговоров. Ключевые направления подготовки к переговорам: решение организационных вопросов и определение содержания переговоров. Подготовка программы пребывания делегации. Порядок ведения переговоров. Основные этапы и сущность моделирования хода переговорного процесса. Техника и тактика ведения переговоров. Ведение переговоров в неблагоприятных ситуациях.

Этические принципы ведения переговоров и деловых встреч.

Национальные стили ведения переговоров. Международный протокол флага. Факторы, влияющие на эффективность деловой коммуникации в международном бизнесе.

Тема 7. Имидж и этикет в деловой жизни.

Имидж и этикет: особенности и основные составляющие. Имидж и рейтинг компании. Имидж и служебная карьера. Имиджирование как специфический вид творческой деятельности. Этапы формирования имиджа. Технологии и инструментарий имиджирования. Имиджэффекты.

История этикета. Основные правила делового этикета. Этикет служебных взаимоотношений. Визитная карточка, её функции и виды. Этические нормы телефонной коммуникации. Этикет приветствий и представлений. Общие правила, предъявляемые внешнему облику делового человека. Понятие дресс-кода. Выбор одежды согласно особенностям профессии. Правила поведения в общественных местах. Виды деловых приемов. Этикет деловых приемов: рассадка гостей, правила приема пищи, культура поведения за столом. Национальные культуры питания. Подарки в деловой жизни. Оборудование служебного помещения и рабочего места.

Перечень тем практических/лабораторных занятий

Тема 1. Природа и сущность этики бизнеса (работа в малых группах)

1. Природа и сущность этики. Этика, мораль и нравственность.
2. Виды профессиональной этики. Принципы профессиональной этики. Социальные функции профессиональной этики.
3. Универсальные принципы этики деловых отношений.
4. Основные этические проблемы на макроуровне деловых отношений.
5. Основные этические проблемы микроэтики.

Тема 2. Теоретические основы этики бизнеса (работа в малых группах)

1. Становление этики бизнеса как научной дисциплины.
2. Этика бизнеса и религия. Теории утилитаризма, деонтической этики и этики справедливости.
3. Развитие идей современной этики бизнеса в XX веке. Теоретические исследования этики бизнеса в западных странах по проблеме социальной ответственности в бизнесе.
4. Идеи конфуцианства и их влияние на формирование этики бизнеса в восточных странах.
5. Японская концепция этики бизнеса.

Тема 3. Традиционные ценности предпринимательства и основные принципы современной этики бизнеса (разбор этических ситуаций)

1. Традиционные ценности предпринимательства. Проблемы становления современной этики бизнеса в мировом экономическом пространстве.
2. Декларация круглого стола в Ко (Швейцария) 1986 года. Принципы международного бизнеса.
3. Принципы взаимоотношений корпораций и потребителей.
4. Этика делового партнерства.
5. Этические нормы и проблемы экономической конкуренции. Промышленный шпионаж. Корпоративная разведка.
6. Отношение бизнеса к проблемам охраны окружающей среды.
7. Новая философия ведения бизнеса в глобальном пространстве XXI века. Основные принципы социально ответственного поведения менеджеров разных стран.

Тема 4. Социальная ответственность в бизнесе (работа в малых группах)

1. Развитие концепции социальной ответственности в бизнесе.
2. Основные проблемы реализации принципа социальной ответственности в бизнесе в мире и России. Юридическая и социальная ответственность.
3. Сущность важнейших принципов социальной ответственности организации. Механизм влияния этики на социальную ответственность корпорации.
4. Социальная ответственность в бизнесе как конкурентное преимущество. Социальная ответственность компаний Приморья.
5. Тенденции развития социальной ответственности в XXI веке.

Тема 5. Этика бизнеса в России: история развития и современное состояние (круглый стол с предпринимателями Приморья)

1. Проблемы становления этики бизнеса в современной России.
2. Национальная программа «Российская деловая культура». Реализация Двенадцати принципов ведения дел российскими компаниями.
3. Этика служебной карьеры молодого специалиста: понятие карьеры и принципы карьерной стратегии.
4. Благотворительная и социальная деятельность российских компаний. Причины, затрудняющие благотворительность. Традиции благотворительности в Приморье.

Тема 6. Корпоративная этика компании (составление этического кодекса)

1. Сущность корпоративной этики. Функции и основные принципы этики корпоративных отношений.
2. Этические проблемы внутрикорпоративных отношений. Этика взаимоотношений в группах. Мотивация сотрудников.
3. Этика взаимоотношений руководителя с подчиненными. Проблемы субординации
4. Карьера и карьерные стратегии.
5. Этика разрешения конфликтов. Правила конструктивной критики.
6. Этические кодексы предприятий.

Тема 7. Этика деловых переговоров (деловая игра)

1. Ключевые направления подготовки и проведения переговоров. Решение организационных вопросов и определение содержания переговоров. Подготовка программы пребывания делегации.
2. Культура ведения переговоров. Основные этапы и сущность моделирования хода переговорного процесса.
3. Техника и тактика ведения переговоров. Ведение переговоров в неблагоприятных ситуациях.
4. Национальные стили ведения переговоров. Международный протокол флага.
5. Этика и этикет переговоров и деловых встреч.

Тема 8. Имидж и этикет в бизнесе (тренинг)

1. Этикет и имидж. Общее и специфическое. Технологии и инструментарий имиджа.
2. Шесть основных правил делового этикета (Дж. Ягер).
3. Основные требования к внешнему облику делового человека. Понятие дресс-кода.
4. Этикет приветствий и представлений. Визитная карточка: функции и виды.
5. Этика и этикет поведения в общественных местах.
6. Этикет деловых приемов: встреча и рассадка гостей, поведение за столом, правила приема пищи. Учет национальных культур питания.
7. Основные требования к интерьеру рабочего кабинета и оборудованию рабочего места сотрудника компании.
8. Этикет деловых приемов.

5.3 Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии

Объем курса составляет 108 часов (3 з.е.), из них 52 час аудиторных: 17 часов лекционных и 34 часа практических занятий, кроме того, часть теоретического материала студенты осваивают самостоятельно.

Удельный вес занятий, проводимых в интерактивных формах, составляет 20% аудиторных занятий.

Промежуточная аттестация по курсу – зачёт.

В учебном процессе используются следующие интерактивные формы проведения практических занятий:

- 1) ролевая игра;
- 2) разбор и анализ конкретных ситуаций (case-study);
- 3) тематическая дискуссия;
- 4) работа в малых группах;
- 5) работа с психодиагностическими тестами.

5.5 Форма текущего контроля

Реализация компетентного подхода при изучении дисциплины в лекционном курсе предусматривает использование презентационного материала при изучении теоретического, содержащего основные задачи, стоящие перед обучаемым при изучении каждой темы, ключевые понятия, необходимые для освоения материала, краткое содержание теоретического материала, контрольные вопросы для самостоятельного изучения материала и рекомендуемую литературу.

Лекционные и семинарские занятия проводятся в аудитории, оснащенной видео- и аудиоаппаратурой.

Проведение практических занятий предполагает конкретизацию и углубленную проработку лекционного материала, закрепление изучаемых вопросов путем соединения полученных теоретических знаний с решением конкретных практических задач в области процесса проектирования процесса оказания услуг на примере работы конкретных предприятий сферы сервиса. Результаты практических работ демонстрируют в виде презентаций.

Самостоятельная работа включает в себя подбор и анализ специальной литературы, знакомство с аудио- и видеоматериалами, работу по подготовке глоссария основных понятий по программе дисциплины.

5.5 Форма текущего контроля

Для студентов в качестве самостоятельной работы предполагается выполнения индивидуальных домашних заданий и контрольных работ.

6 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

6.1 Перечень и тематика самостоятельных работ студентов по дисциплине

В процессе изучения курса дисциплины «Этика бизнеса» студенты выполняют самостоятельную исследовательскую, поисковую работу реферативного характера. Её результаты оформляются в виде реферата. Рекомендуемый объём работы – 10–20 страниц печатного текста. Содержание включает следующие структурные компоненты: введение, основную часть, включающую отдельные главы и параграфы, заключение, список использованной литературы.

1. Сущность и содержание этики бизнеса.
2. Основные принципы этики деловых отношений.
3. Этические проблемы деловых отношений.
4. Виды и особенности профессиональной этики.
5. Этические нормы деловых отношений в дореволюционной России.
6. Общая характеристика современной российской деловой культуры.
7. Основные принципы этики деловых отношений.
8. Этические проблемы деловых отношений.
9. Виды и особенности профессиональной этики.
10. Этические нормы деловых отношений в дореволюционной России.
11. Универсальная этика как основа этики бизнеса.
12. Социальная ответственность организации перед обществом.
13. М. Вебер и его работа «Протестантская этика и дух капитализма».
14. Идеи конфуцианства в бизнесе.
15. Старообрядческий тип хозяйствования и этика.
16. Религия и бизнес.
17. Корпоративная культура и её основные функции.
18. Этический кодекс организации.
19. Проблемы субординации в деловом общении.
20. Взаимоотношения корпораций: партнерство и конкуренция.
21. Особенности делового общения с иностранными партнерами.
22. Коммуникативная культура в деловом общении.
23. Этика делового общения.
24. Этикет и имидж делового человека.
25. Этика и этикет деловых переговоров.

26. Тактические приемы ведения переговоров.
27. Конфликтные ситуации в ходе деловых переговоров.
28. Основные правила этикета делового человека.
29. Этикет приветствий и представлений.
30. Визитная карточка: виды и функции.
31. Этикет приветствия и представления.
32. Внешний облик делового человека.
33. Этикет делового приема.
34. Сувениры и подарки в деловой жизни.

6.2 Контрольные вопросы для самостоятельной оценки качества освоения учебной дисциплины

1. Каково соотношение понятий: этика бизнеса, деловая культура, деловой этикет?
2. Профессиональная этика, её виды и функции.
3. Какова роль этики бизнеса в современном деловом мире?
4. Какие факторы способствуют внедрению этики бизнеса в деятельность корпорации?
5. Как формируется система этических ценностей корпорации?
6. История формирования этики бизнеса.
7. Как развалились идеи современной этики бизнеса в странах Запада и Востока?
8. Каковы принципы этики современного бизнеса, изложенные в Декларации круглого стола Ко?
9. Социальная ответственность в бизнесе.
10. В чем заключается экологическая ответственность бизнеса в XXI веке.
11. Глобальная этика бизнеса XXI века и основные тенденции её становления
12. Каковы исторические этапы развития этики бизнеса в России?
13. Этика бизнеса в современной России: проблемы становления.
14. Национальная программа «Российская деловая культура». Двенадцать принципов ведения дел в России.
15. Благотворительность и меценатство русских промышленников и купцов.
16. Благотворительная и социальная деятельность российских компаний.
17. На каких принципах формируется этика корпоративных отношений?
18. Этические кодексы корпораций и формы разрешения этических проблем в коллективе.
19. Этика руководителя.
20. Каковы этические принципы работы корпораций со своими клиентами?
21. В чем состоит этика взаимоотношений с деловыми партнерами?
22. Каковы этические проблемы конкурентных взаимоотношений?
23. Общение как инструмент этики деловых отношений.
24. Культура ведения переговоров с деловыми партнерами.
25. Каковы национальные особенности делового взаимодействия с иностранными партнерами?
26. Разрешение конфликтов в деловой жизни.
27. Каковы основные правила делового этикета?
28. Этикет деловых приемов.
29. Каковы общие черты и отличия имиджа и этикета.

6.3 Методические рекомендации по организации СРС

Самостоятельная работа студента включает в себя ряд составляющих:

1. Освоение теоретического материала, основываясь на лекционном курсе и программном обеспечении, рекомендованном в п. 5 учебной программы.
2. Выполнение индивидуального задания по подбору и анализу специальной литературы по данной дисциплине. Презентация одного из выбранных литературных источников.
3. Самостоятельное выполнение заданий по темам практических занятий обеспечивает закрепление

и углубление теоретических знаний, полученных в процессе изучения данной дисциплины. Подготовка к практическим занятиям позволяет расширить кругозор, способствует приобретению студентами навыков самостоятельного творческого решения практических задач, развивает мышление, приобщает студента как будущего специалиста к практической деятельности в рамках выбранной специальности. Отчеты по практическим занятиям представляются в виде презентаций.

4. Подготовка глоссария основных терминов и понятий по программе данной дисциплины. При этом, критериями подбора терминов являются: актуальность, познавательная ценность, значимость термина в данной области.

7 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

Для обеспечения самостоятельной работы студентов разработаны комплекты индивидуальных домашних заданий с решением типовых задач.

8 Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Примерный перечень вопросов к зачёту:

1. Этика как наука и явление духовной культуры. Уровни нравственного сознания.
2. Специфика нравственной регуляции профессиональных отношений.
3. Понятия «нравственность», «мораль», их характеристики.
4. Основные категории этики.
5. Функции морали. Мораль как особый регулятивный механизм.
6. Изменчивое и устойчивое в морали.
7. Понятие профессиональной этики и профессиональной морали.
8. Смысл категорий «профессиональный долг», «профессиональная ответственность», «профессиональная совесть».
9. Смысл категорий «профессиональное достоинство», «профессиональная честь», «профессиональная репутация».
10. Проблемы этики бизнеса в России.
11. Репутация как «нематериальный» ресурс организации
12. Проблема кодификации норм профессионального поведения в сфере рекламы и PR.
13. Стандарты профессионального поведения и их кодификация в сфере рекламы и PR.
14. Профессиональные кодексы как способы закрепления стандартов профессионального поведения.
15. Корпоративные кодексы, их роль в управлении корпоративными отношениями.
16. Профессиональные и корпоративные кодексы: общее и особенное.
17. Российский кодекс рекламной практики: этические принципы и нормы профессиональной деятельности в области рекламы.
18. Этические принципы и нормы профессиональной деятельности в области связей с общественностью. Кодекс РАСО.
19. Этические нормы создания имиджевой рекламы.
20. Реклама в целях расширения сбыта продукции: этические принципы и нормы.
21. СМИ и PR: моральные принципы взаимодействия.
22. Этические проблемы политического PR.
23. Этическая сторона работы PR -консультанта.
24. Феномен самопрезентации в профессиональном взаимодействии.
25. «Яппи» или «Экспи»: способы самопрезентации представителей современной бизнес-элиты.
26. Стратегии и техники самопрезентации в профессиональном взаимодействии.
27. Профессиональный имидж: способы создания сообщения о себе.
28. Основные принципы бизнес-этикета.
29. Бизнес-ритуалы, их значение в деловых коммуникациях.

30. Визитная карточка, ее роль в деловом общении.
31. Дресс-код: запреты и предписания.
32. Этикет деловых встреч (приветствие, представление).
33. Телефонный разговор: нормы и правила.
34. Этикетные знаки: цветы, сувениры, подарки в деловой практике.
35. Деловые приемы, их организация и проведение.
36. Поведение за столом: этикетные нормы и предписания.

Критерии оценки:

Оценка	Критерии
«зачтено»	-демонстрируются глубокие знания теоретического материала и умение его применять; -умение обоснованно излагать свои мысли, делать необходимые выводы; -возможны единичные ошибки, исправляемые самим студентом после замечания преподавателя; -умение обоснованно излагать свои мысли, делать необходимые выводы; -неполное теоретическое обоснование, требующее наводящих вопросов преподавателя;
«незачтено»	-отсутствие теоретического обоснования вопроса; -неверная трактовка вопроса и ответ на него.

9 Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

а) основная литература

- 1 Матолыгина, Н. В. Профессиональная этика и этикет в сфере сервиса [Электронный ресурс]: учебное пособие / Н. В. Матолыгина, Л. В. Руглова. - СПб: ИЦ "Интермедия", 2013. - 160 с. <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=225938>
- 2 Полевая, М.В. Психология делового общения: Учебно-методический комплект / М.В. Полевая.— М.: ГАОУ ВПО МГИИТ имени Ю.А. Сенкевича, 2013 <http://rucont.ru/efd/207459?cldren=0>
- 3 Борисов В.К., Панина Е.М. и др. Этика деловых отношений. -М.:ИД ФОРУМ:НИЦ ИНФРА-М, 2014-176с.(ПО)
- 4 Бороздина Г.В. Психология делового общения.-М.: Инфра - М, 2013
- 5 Дусенко С.В. Профессиональная этика и этикет.-М.: Академия, 2012
- 6 Кибанов А.Я., Захаров Д.К., Коновалова В.Г. Этика деловых отношений.-М.: Инфра - М, 2013
- 7 Кибанов Я.Этика деловых отношений. - 2 изд. - М.: НИЦ ИНФРА-М,2013 - 383 с.(ВО:Бакалавр.)

б) дополнительная литература

- 1 Логутова, Е. В. Психология делового общения : учеб. пособие / И. С. Якиманская, Н. Н. Биктина, Оренбургский гос. ун-т, Е. В. Логутова .— Оренбург : ОГУ, 2013 <http://rucont.ru/efd/216152?cldren=0>
- 2 Кузнецов И.Н. Деловой этикет.-М.:ИНФРА-М, 2013
- 3 Усов В.В. Деловой этикет. - Академия, 2013
- 4 Ушакова Н.В. Имиджелогия.- М.: Дашков и К, 2013
- 5 Цзык В.А. Профессиональная этика: основы общей теории. - М.: Рудн, 2012
- 6 Шеламова Г.М. Основы этики и психологии профессиональной деятельности.-М.: Академия, 2012

10 Перечень ресурсов информационно - телекоммуникационной сети «Интернет»

10.1 Полнотекстовые базы данных

Национальный цифровой ресурс Руконт. Режим доступа [<http://www.rucont.ru/>].
 Университетская библиотека он-лайн. Режим доступа [<http://www.biblioclub.ru/>].

11 Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

Специализированные лекционные аудитории, оснащённые видеопроекционным оборудованием для презентаций, средствами звуковоспроизведения, экраном и имеющие выход в сеть Интернет.

Аудитории для проведения практических занятий, оборудованные учебной мебелью и имеющие выход в сеть Интернет. Библиотека, имеющая рабочие места для обучающихся, оснащённые компьютерами с доступом к базам данных и Интернет.

Комплект лицензионного программного обеспечения с поддержкой форматов DOC, PPT и PDF.

12 Словарь основных терминов

Авторитаризм – одна из форм догматизма в морали, проявляющаяся в способе обоснования нравственных требований.

Авторитет – влияние или способность лидера побуждать других к исполнению возложенных на них обязанностей.

Административная этика – свод нравственных норм и моральных обязательств, правила, используемые в деятельности государственных служащих.

Властолюбие – любовь к власти, стремление к власти, которая, в свою очередь, является способностью и возможностью осуществлять свою волю, оказывать определенное воздействие на деятельность, решения и поведение других людей.

Власть – способность и возможность осуществлять свою волю, оказывать определяющее воздействие на деятельность, поведение людей с помощью авторитета, права, насилия.

Волюнтаризм – субъективный принцип понимания нравственной деятельности.

Гуманизм – система воззрений, признающая ценность человека как личности, его право на свободу и счастье, развитие и проявление своих способностей, считающая благо человека критерием оценки социальных институтов, а принципы равенства, человечности и справедливости желаемой нормой отношений между людьми.

Деловая культура компании – внутрифирменные традиции и ценности, разделяемые работниками, формальная и неформальная система коммуникаций, устоявшиеся методы деловой практики и организации работы.

Деонтическая этика – этика долга. Один из основных подходов, наряду с утилитаризмом и этикой справедливости в этике бизнеса. Согласно деонтической этике действие является морально правильным в том случае, если человек, принимающий решение желает, чтобы и все другие люди в данной ситуации действовали бы так же.

Добро – категория этики, объединяющая все, что считается нравственным, достойным подражания. Противоположность злу.

Долг – нравственная обязанность личности по отношению к обществу и другим людям, которую человек формулирует сам для себя в конкретных условиях.

Зло – категория этики, обозначающая все, что считается безнравственным, достойным осуждения, противоречащее требованиям морали. Противоположность добра.

Злорадство – злобная радость при неудачах или несчастьях другого.

Идентификация – установление на основании определенных признаков схожести или равенства различных объектов. В рамках этики бизнеса используется понятие корпоративной идентификации (фирменного стиля).

Иллюзия – искаженное восприятие действительности, обман, заблуждение.

Карта этики – написанный или напечатанный свод этических правил, конкретизирующий этические требования для каждого сотрудника компании.

Кодекс этический – свод правил, регламентирующий поведение сотрудников в сложных этических ситуациях, характерных для данной сферы бизнеса

Компромисс – достижение соглашения с кем-либо путем взаимных уступок. Компромисс можно назвать развитой и современной способностью вести переговоры и находить выход из спорных ситуаций.

Комитет по этике – одна из структур крупных корпораций, которая создается при совете директоров и выполняет функцию подготовки этических нормативов компании, утверждения этических кодексов, контроля соблюдения этих норм всеми сотрудниками.

Консалтинг этический – разновидность консультирования по этическим проблемам организации внешними независимыми экспертами.

Меценатство – покровительство наукам и искусствам.

Мораль – предмет изучения этики, одна из форм общественного сознания, выполняющая функцию регулирования поведения людей в различных ситуациях.

Ответственность – категория этики, характеризующая личность с точки зрения выполнения нравственных требований, выполнение обязательств.

Поступок – элемент нравственной деятельности; действие, рассматриваемое с точки зрения единства мотива и последствий.

Профессиональная этика – система моральных требований и нравственных норм в различных видах профессиональной деятельности.

Совесть – высшая форма способности личности к моральному самоконтролю, внутреннее чувство и переживание человека, дающее оценку самому себе и влияющее на его поведение. Совесть включает также самооценку уже совершенных действий.

Социальная ответственность – в отличие от юридической ответственности подразумевает определенный уровень добровольного отклика на социальные проблемы общества со стороны корпорации.

Социальные ревизии – один из способов анализа этичности поведения руководителей и сотрудников корпорации.

Справедливость – понятие морального сознания, положение вещей, которое рассматривается как должное, отвечающее представлениям о сущности человека и его неотъемлемых правах.

Стейкхолдеры – лица или организации, влияющие на деятельность компании и на которых, одновременно, влияет деятельность компании.

Утилитарная этика – направление этики, определяющее моральность поступка, исходя из последствий совершенного поступка.

Филантропия – благотворительность как историческая форма проявления проявления гуманизма.

Ценности – специфические социальные свойства предмета или явления, придающие им положительное или отрицательное значение для человека и общества.

Цинизм – моральное качество, характеризующееся презрительным отношением к культуре общества, его духовным и нравственным ценностям.

Честь – понятие морального сознания и категория этики, тесно связанная с категорией достоинства, раскрывает отношение человека к самому себе и отношение к нему со стороны общества.

Эгоизм – моральное качество и жизненный принцип человека, характеризующее его с точки зрения отношения к другим людям и обществу и выражающийся в том, что человек в своем поведении руководствуется только своими собственными интересами, не считаясь с интересами окружающих.

Этика бизнеса – научная дисциплина, один из видов профессиональной деятельности, свод моральных принципов и норм реализуемых в бизнесе.

Этикет – совокупность правил внешнего проявления отношения к людям.

Юридическая ответственность – нормы и правила поведения, закрепленные законодательно.