

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

# **ОРГАНИЗАЦИЯ ДЕЛОВЫХ ПРИЕМОМ В СЕРВИСЕ**

Рабочая программа дисциплины

по направлению подготовки

**43.03.01 Сервис**

Профиль подготовки

**Социокультурный сервис**

тип ОПОП прикладной бакалавриат

Рабочая программа дисциплины «Организация деловых приемов в сервисе» 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 дисциплины:

является - изучение теоретических и практических основ организации приемов на предприятиях различного уровня.

### Задачами дисциплины:

являются:

1. Осмысление студентами роли приемов в деловом мире как части стратегических маркетинговых усилий фирмы, как средство активного обмена информацией, углубления и расширения контактов.
2. Изучение основных этапов разработки приема и его проведения; основных правил и приемов технологии обслуживания данного рода мероприятий.
3. Овладение технологией поиска и отбора необходимой информации для подготовки выступления на приеме, формирование навыков публичных выступлений.

## 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 «Организация деловых приемов в сервисе» составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению 43.03.01 «Сервис», профиль подготовки «Социокультурный сервис».

Дисциплина базируется на компетенциях, сформированных на предыдущем уровне образования: Менеджмент, Маркетинг, 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 4 - 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.01	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 5.

Таблица 5 – Структура дисциплины

№	Темы дисциплины	Вид занятий	Объем час	СРС
	Тема 1. Приемы в деловом мире	Лекция	2	8
		Практика	5	
	Тема 2. Классификации приемов	Лекция	2	8
		Практика	5	
	Тема 3. Основные требования к организации приемов	Лекция	2	8
		Практика	5	
	Тема 4. Деловые приемы	Лекция	2	8
		Практика	5	
	Тема 5. Организация неформальных приемов в деловой среде	Лекция	3	8
		Практика	5	
	Тема 6. Выступления и речи на приеме	Лекция	3	8
		Практика	5	
	Тема 7. Национальные особенности организации и проведения деловых приемов	Лекция	3	8
		Практика	4	

##### 5.2 Содержание дисциплины (модуля)

###### Темы лекций

###### *Тема 1. Приемы в деловом мире*

Приемы. Основные цели и назначение деловых приемов. Временные рамки проведения различных приемов. Формы организации приемов.

###### *Тема 2. Классификации приемов*

Светские и деловые приемы. Классификация деловых приемов. Официальные и неофициальные торжественные деловые приемы. Официальные приемы. Дипломатические приемы. Неофициальные торжественные приемы. Дневные и вечерние приемы.

### **Тема 3. Основные требования к организации приемов**

Основные этапы и правила организации приема. Выбор вида приема. Составление схемы или порядка проведения приема.

Подготовка списка приглашенных. Приглашения на прием. Подготовка места проведения приемов. Оборудование помещения. Музыка на приеме.

Угощение на приемах. Составление плана размещения гостей за столом (на приемах с рассадкой). Составление меню. Сервировка столов. Организация обслуживания гостей.

Основные правила поведения гостей на приеме. Этические нормы поведения сотрудников фирмы - хозяйки и приглашенных во время делового приема.

### **Тема 4. Деловые приемы**

Поводы для организации деловых приемов. Продолжительность. Место проведения. Угощение на деловых приемах. Форма одежды на деловых официальных приемах.

Повод для организации приема. Дипломатические приемы. Протокол. Виды официальных и неофициальных торжественных приемов: завтрак, обед, ужин, «бокал вина», «бокал шампанского», жур фикс, коктейль; маленькие приемы: кофе, чай. Особенности организации и проведения различных приемов. Организация пребывания гостей в приемном зале. Угощения на торжественных приемах. Порядок размещения гостей за столом (на приемах с рассадкой). Почетные места. Виды банкетов в зависимости от формы обслуживания: банкет за столом с полным обслуживанием, банкет за столом с частичным обслуживанием, банкет-фуршет, банкет-коктейль, банкет - ай, буфет-обед, комбинированный банкет. Особенности организации различного вида банкетов: меню, сервировка стола, напитки, порядок обслуживания» за столом. Основные правила поведения на банкете. Форма одежды на торжественных приемах (полуофициальная, официальная, «черный галстук», «белый галстук»).

**Тема 5. Организация неформальных приемов в деловой среде** Неформальные приемы: барбекю (шашлык), бранч, пикник, «бокал » с сыром». Домашние приемы (домашний праздник для сослуживцев): г. рак, завтрак-обед, файв о'флок, коктейль-парти, дансинг-парти, гарден-парти, «сюрприз», «маленькое блюдо». Особенности организации неформальных и домашних приемов. Форма одежды.

### **Тема 6. Выступления и речи на приеме**

Подготовка тостов и речей (на приемах с рассадкой). Речи деловых людей на приеме: приветствия (по случаю встречи), благодарность, поздравления, речь при вручении наград и памятных подарков, слова благодарности и признательности, объявление о собрания и других мероприятиях, выдвижение кандидатур, церемония введения в должность, речь-благодарность вновь избранного лица, речи в адрес вновь избранного, пожелания, речи на проводах (на пенсию или в отставку), выражение соболезнования. Тосты. Протокольные аспекты произношения тостов.

### **Тема 7. Национальные особенности организации и проведения деловых приемов**

Официальные приёмы на международном уровне. Особенности проведения деловых приемов за рубежом. Государственные символы и ритуалы. Национальные особенности организации приемов и поведение иностранных партнеров на деловых приемах. Национальная кухня на приемах.

## **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

1. Разработка приема по случаю открытия нового молодежного клуба
2. Разработка приема по случаю открытия нового ресторана
3. Разработка приема по случаю открытия новой гостиницы
4. Разработка приема по случаю открытия нового автосалона
5. Разработка приема по случаю выпуска новой линии косметического средства
6. Разработка приема по случаю открытия нового супермаркета в городе
7. Разработка проекта официального приема по случаю подписания соглашения
8. Разработка проекта торжественного приема по случаю юбилея предприятия
9. Разработка проекта торжественного приема по случаю установление контактов с иностранной фирмой
10. Разработка проекта приема по случаю открытия выставки
11. Разработка проекта приема по случаю юбилея
12. Разработка проекта приема по случаю национального праздника
13. Разработка проекта приема по случаю помолвки
14. Разработка проекта приема по случаю рождения ребенка
15. Разработка проекта приема по случаю визита иностранной делегации на предприятие
16. Разработка проекта приема по случаю бракосочетания
17. Разработка проекта приема по случаю завершения работы международной научно-практической конференции
18. Разработка проекта приема по случаю сдачи объектов строительства (коттеджный поселок)

## 6.2 Контрольные вопросы для самостоятельной оценки качества освоения учебной дисциплины

1. Приемы: понятие, основные цели организации и назначение.
2. Классификация приемов. Светские и деловые приемы.
3. Временные рамки проведения различных приемов.
4. Формы организации и угощения на приемах.
5. Особенности проведения деловых приемов за рубежом. Национальные особенности делового этикета на приемах.
6. Общие требования к организации и проведению приемов.
7. Основные этапы и правила организации приема.
8. Выбор вида приема.
9. Составление схемы или порядка проведения приема.
10. Подготовка списка приглашенных.
11. Рассылка приглашений: основные правила.
12. Виды приглашений.
13. Формы приглашений.
14. Согласие или отказ от приглашения. Формы ответа.
15. Подготовка места проведения приемов. Оборудование помещения.
16. Приход на прием. Встреча гостей. Приветствия. Знакомства. Представления.
17. Музыка на приеме.
18. Угощение на приемах.
19. Составление плана размещения гостей за столом (на приемах с рассадкой). Составление меню.
20. Сервировка столов.
21. Организация обслуживания гостей.
22. Организация пребывания гостей в приемном зале.
23. Основные правила поведения гостей на приеме.
24. Этические нормы поведения сотрудников фирмы - хозяйки и приглашенных во время делового приема.
25. Основные правила поведения на банкете.

26. Форма одежды на торжественных приемах (полуофициальная, официальная, «черный галстук», «белый галстук»).
27. Подготовка речей (на приемах с рассадкой).
28. Виды речей и выступлений людей на приемах.
29. Гости. Протокольные аспекты произношения тостов.
30. Деловые приемы без угощения: поводы для организации деловых приемов, продолжительность. Место проведения. Визит вежливости.
31. Деловые приемы с угощением: поводы для организации деловых приемов, продолжительность. Место проведения. Угощение на деловых приемах. Форма одежды на деловых официальных приемах.
32. Деловые официальные (дипломатические) приемы: поводы для организации деловых приемов, продолжительность. Место проведения.
33. Официальные торжественные приемы.
34. Неофициальные (светские) торжественные приемы.
35. Встреча в деловыми партнерами в ресторане: деловой завтрак, деловой обед, деловой ужин, поводы для организации деловых приемов, продолжительность. Место проведения.
36. Неформальные приемы: поводы для организации, продолжительность, место проведения.
37. Домашние приемы: поводы для организации, продолжительность, место проведения.
38. Формы организации приемов.
39. Завтрак: особенности организации и проведения.
40. Обед: особенности организации и проведения.
41. Ужин: особенности организации и проведения.
42. Фуршет: особенности организации и проведения.
43. Шведский стол: особенности организации и проведения.
44. «Бокал вина»: особенности организации и проведения.
45. «Бокал шампанского»: особенности организации и проведения.
46. «Жур фикс»: особенности организации и проведения.
47. «Коктейль»: особенности организации и проведения.
48. «Кофе»: особенности организации и проведения.
49. «Чай»: особенности организации и проведения.
50. «Файв о'флок»: особенности организации и проведения.
51. «Коктейль-парти»: особенности организации и проведения.
52. «Дансинг-парти»: особенности организации и проведения.
53. «Гарден-парти»: особенности организации и проведения.
54. «Сюрприз»: особенности организации и проведения.
55. «Барбекю»: особенности организации и проведения.
56. «Бранч»: особенности организации и проведения.
57. «Пикник»: особенности организации и проведения.
58. «Бокал вина с сыром»: особенности организации и проведения.
59. Банкеты. Виды банкетов в зависимости от формы обслуживания: банкет за столом с полным обслуживанием, банкет за столом с частичным обслуживанием, банкет-фуршет, банкет-коктейль, банкет-чай, буфет-обед, комбинированный банкет.
60. Особенности организации различного вида банкетов: меню, сервировка стола, напитки, порядок обслуживания за столом.
61. Национальные особенности проведения деловых приемов.

### **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**

**Типовое контрольное задание** (*контрольная работа, тест, кейс-задание и пр.*)

### **Кейс-задание**

Впервые увидев человека, люди непроизвольно обращают внимание на его внешность. «Одежда составляет девяносто процентов всего того, что люди видят перед собой, когда смотрят на вас», - подчеркивает Дебра Гай Кокс, консультант по имиджу. Одежда воздействует на окружающих, так как, независимо от сознания человека, мгновенно фиксируется его органами чувств. Поэтому не зря говорят, что о человеке вначале судят по его внешности, затем по разговору, а далее по интерьеру его кабинета.

Внешний вид, как правило, отражает внутреннее, нравственное содержание человека. «Люди судят о нас - то есть определяют, кто мы, где мы живем и где мы были - на основе одного лишь взгляда на нашу одежду», - говорит Кокс.

Культуру человека подчеркивает его одежда. Она является, своего рода, визитной карточкой человека. Одежда несет партнерам по общению информацию о человеке, его вкусах, принадлежности к тому или иному социальному или профессиональному слою.

Со вкусом подобранная одежда, аксессуары, опрятный вид делают его уверенным, собранным, энергичным. Не зря Рокфеллер начал свой бизнес с того, что купил себе на последние деньги дорогой костюм и стал членом гольф-клуба.

Предложите свои рекомендации для делового имиджа бизнес-леди.

### **Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний**

#### *Разъяснения*

Женский деловой костюм может быть традиционных цветов (красный, желтый, коричневый, зеленый, синий, белый, черный). практически любого цвета, кроме ярких оттенков и резких контрастных сочетаний.

Лучшие цвета делового платья - темно-синий, рыжевато-коричневый, бежевый, темно-коричневый, серый, умеренно-синий, светло-синий и др.

Черный деловой костюм в последнее время вытесняется. Он подходит для конференций, заседаний советов и др. мероприятий, которые носят более торжественный характер, чем обычная трудовая деятельность.

Одежда женщины должна соответствовать месту, времени, характеру события. Ее нужно уметь правильно носить. Например, не принято принимать гостей или ходить в гости в вечерних платьях в дневное время. Для этого случая подойдет элегантное платье или платье-костюм, но не пиджак и юбка.

Хороший вкус требует умения комбинировать имеющуюся одежду. Комплект можно дополнить новой юбкой, джемпером, шарфом, платком.

Юбку носят с кожаным поясом, под цвет костюма. Если у женщины высокая талия, то цвет пояса подбирают под цвет блузки, если низкая - под цвет юбки.

Деловая женщина не должна носить дешевый или плохо сидящий жакет. Спущенные, бесформенные плечи на работе выглядят вяло и беспомощно. Поэтому используют небольшие

плечики. Но при этом помнят, что плечики сужают бока. Застегнутый жакет должен быть удобным и соответствовать размеру. Оптимальная длина его - не ниже бедер. Для женщин с высокой талией рекомендуются длинные жакеты, с низкой - короткие. Не забывают и о направлении моды.

Блузки должны быть просты, элегантны и выглядеть дорогими. Сложный дизайн блузки не гармонирует с деловым жакетом. Рюши, кружева придают женственность. Прозрачные или облегающие блузки годятся только под жакет.

Летняя одежда должна быть из натуральных материалов или с небольшим вложением синтетических или ацетатных волокон.

Дамы с открытыми плечами, большим декольте на работе выглядят непрофессионально, беззащитно. О вырезе платья говорят: «Чем больше откроете, тем меньше авторитета завоеуете».

Нежелательна в рабочей обстановке обтягивающая одежда, тесная юбка. Исключаются из деловой одежды трикотажные джемперы, жилеты и др.

Полный человек выглядит еще полнее в костюме или платье из ткани в поперечную полоску, с крупным рисунком, очень светлых. Полнят любую фигуру юбки в форме буквы «А». В широких пышных юбках высокие женщины не производят делового вида. Лучше надеть длинную юбку, скроенную по косой линии. Для женщин обувь является важнейшей частью туалета. Наиболее элегантными являются лодочки с закрытыми носком и пяткой. В деловой сфере белые туфли неприемлемы. Они выглядят дешево и не являются символом успеха. Желательны туфли цвета слоновой кости, беж, бежево-серые и др. К темным платьям подходят темные туфли.

Неприемлемы в деловой сфере туфли с цветными деталями, «металлических цветов», с украшениями. Туфли с каблуками «клевш».

Лакированные туфли предпочтительны в вечернее время. В летний период допустимы босоножки с открытой пяткой, но с закрытым носком.

С цветом обуви, как правило, сочетаются чулки, колготки. Они не должны иметь рисунок. Зрительно уменьшают ступни ног туфли и чулки темного цвета.

Средством самовыражения у женщины служит головной убор. Фасон шляпы должен соответствовать наряду, месту, где этот наряд будут демонстрировать. По словам М. Дитрих: «Шляпы могут доставить много радости и привести женщину в хорошее расположение духа. Кто иронически хмыкает, тот не имеет представления о важности этой маленькой вещицы». С вечерним туалетом шляпку не надевают.

Из верхней одежды предпочтительны пальто, плащ, меховое пальто. Шарф должен быть только фабричного изготовления, не ручной вязки. Исключаются куртки как разновидность спортивной одежды.

### **Примерный перечень вопросов к зачёту**

1. Предмет профессиональной этики и этикета. Виды этикета.
2. Какие принципы этики лежат в основе выбора подарка для а) иностранца; б) друзей; в) коллег?
3. Приветствие, представление, обращение.
4. Конфликты в деловом общении. Как найти подход к «трудным» людям?
5. Визитная карточка, ее роль и функции в деловой жизни. Виды визитных карточек.
6. Роль аккультурации новых сотрудников в поддержании корпоративной культуры.
7. Виды письменного делового общения и этические требования к ним.
8. Как персонифицировать комплимент?
9. Перечислите общие требования к написанию деловых писем
10. Каково значение позы в деловом общении; о чем «говорят» сигналы тела?
11. Каковы особенности делового телефонного разговора? Чем отличается деловой телефонный разговор от личного?
12. Перечислите и охарактеризуйте основные стили руководства, применяемые в деловом общении. 13. Этика делового телефонного разговора: что можно и нужно говорить и что нельзя; как начать и как закончить разговор; как добиться его максимальной эффективности?

14. Перечислите жесты, свидетельствующие об уверенном и неуверенном поведении. 1
5. В чем специфика междугородних телефонных переговоров?
16. Каковы внешние проявления эмоциональных состояний (гнев, страдание, презрение, радость, удивление, страх)?
17. Перечислите и охарактеризуйте виды средств, которые входят в группу невербальных?
18. Этика деловых отношений в мировой практике.
19. Что включает в себя кинесика?
20. Наиболее успешные приемы «общения по вертикали» и «общения по горизонтали».
21. Каковы особенности невербальных сигналов у зарубежных партнеров?
22. Чего стоит избегать во время прохождения собеседования?
23. Резюме: виды, структура, основные требования к написанию.
24. Что представляет собой комплимент? В чем суть психологического механизма приема «приятные слова»?
25. Влияние на клиента в процессе общения
26. Виды деловых бесед. Подготовка и проведение делового разговора 27. Влияние гендерных особенностей на поведение людей в ходе профессионального и делового общения
28. Манипуляции в общении. Манипулятивные приемы воздействия. Защита от манипуляций.
29. Влияние возрастных особенностей на поведение людей в ходе профессионального и делового общения.
30. Этикет делового общения с иностранными партнерами
31. Влияние характерологических особенностей на поведение людей в ходе профессионального и делового общения.
32. Прием на работу. Типичные ошибки руководителя и претендента на должность.
33. Влияние этнических особенностей на поведение людей в ходе профессионального и делового общения.
34. Критика в деловой коммуникации. Приемы снижения негативного воздействия замечаний. Позитивные установки на восприятие критики.
35. Обман в деловом общении. Описание показателей неискреннего делового общения. Коммуникативные навыки в условиях неискреннего делового общения.
36. Искусство ведения спора (принципы и правила ведения).
37. Стресс. Дистресс. Профилактика стрессов в деловом общении. Индивидуальная стратегия и тактика стрессоустойчивого поведения.
38. Факторы, влияющие на авторитет руководителя.
39. Барьеры в общении и пути их преодоления.
40. Внешний имидж фирмы (элементы внешнего имиджа; оформление офиса; повышение статуса фирмы; внешний вид сотрудников).
41. Переговоры. Типы вопросов, конструктивные приемы для ведения переговоров.
42. Корпоративная философия и внутренний имидж фирмы (определение цели; самоидентификация персонала; создание системы ценностей).
43. Конфликтные ситуации, возникающие в деловом общении и методы их предупреждения
44. Речевой этикет и типичные ошибки, допускаемые в употреблении русских и иностранных слов 45. Психологические приемы влияния на партнера.
46. Дружеская беседа, «светская беседа», деловая беседа. Искусство беседы во время застолья. Монологическая форма речи.
47. Виды ораторских речей и образ оратора (этическая составляющая образа оратора. Индивидуальность, личностные свойства и качества оратора, внушающие доверие аудитории. Типы аудитории. Учет социальных, возрастных и психологических факторов общения)
48. Имидж деловой женщины/мужчины
49. Особенности ведения спора, беседы, дискуссии, диспута, полемики, интервью, круглого стола, деловой игры.
50. Проксемические особенности невербального общения.

Шкала оценивания (за правильный ответ дается 1 балл)

«2» – 60% и менее    «3» – 61-80%    «4» – 81-90%    «5» – 91-100%

## **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 Цвык 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.

**Мecenатство** – 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 отношению 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.