

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Костромской государственный университет»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
ДЕЛОВОЕ ОБЩЕНИЕ и ДЕЛОВОЙ ЭТИКЕТ

Направление подготовки:
38.03.02 Менеджмент

Направленность:
Маркетинг и электронная коммерция

Квалификация выпускника: бакалавр

Кострома
2023

Рабочая программа дисциплины «Деловое общение и деловой этикет» разработана в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (приказ Минобрнауки России от 12 августа 2020 г. № 970)

Разработал: Чарушина Елена Ивановна. к.п.н., доцент кафедры Менеджмента и маркетинга

Рецензенты: Гуляева М.К., зав. кафедрой менеджмента и маркетинга КГУ, к.э.н., доцент
Карев А.К. директор по бренду и маркетинговым коммуникациям
ПАО «ВымпелКом» (бренд билайн)

ПРОГРАММА УТВЕРЖДЕНА:

На заседании кафедры Менеджмента и маркетинга

Протокол № 8 от 18.04.2023 г.

ПРОГРАММА ПЕРЕУТВЕРЖДЕНА:

На заседании кафедры Менеджмента и маркетинга

Протокол № ___ от _____ 20__ г.

ПРОГРАММА ПЕРЕУТВЕРЖДЕНА:

На заседании кафедры Менеджмента и маркетинга

Протокол № ___ от _____ 20__ г.

ПРОГРАММА ПЕРЕУТВЕРЖДЕНА:

На заседании кафедры Менеджмента и маркетинга

Протокол № ___ от _____ 20__ г.

1. Цели и задачи освоения дисциплины

Цель дисциплины - создать условия для создания в глазах окружающих имиджа уверенного в себе человека, обладающего высоким культурно-образовательным потенциалом, и сформировать взгляд на бизнес-этику как важнейшее условие успешности и эффективности деловых отношений.

Задачи дисциплины:

1. Познакомить с этикетными нормами средств деловых коммуникаций, нормами делового и светского этикета, культурой делового общения.
2. Изучить определённые нормы и правила, регулирующие допустимые (приличные) и недопустимые (неприличные) формы поведения людей в обществе;
3. Сформировать необходимые практические навыки делового общения.
4. Развить умение убедительно и грамотно представлять себя и свои идеи.

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

В результате освоения дисциплины обучающийся должен освоить следующие компетенции:

ПК-2. Способен анализировать поведение потребителей экономических благ и формировать спрос посредством реализации маркетинговых программ с использованием инструментов комплекса маркетинга, организовывать и поддерживать связи с деловыми партнерами и клиентами, в том числе в цифровой среде.

ИК.ПК-2.5. Организует и поддерживает связи с деловыми партнерами, в том числе в цифровой среде

знать:

- принципы и подходы к саморазвитию личностных и профессиональных качеств работников;
- критерии и показатели оценки своих достоинств и недостатков, требования, предъявляемые к средствам развития достоинств и устранению недостатков;
- социальные ценности общества и их связь с социальной значимостью своей будущей профессии;
- основы организации эффективного делового общения, публичных выступлений, проведения переговоров и совещаний;
- ведения деловой переписки, осуществления электронных коммуникаций;
- источники и методы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации;
- требования к внешнему виду современного делового человека.

уметь:

- вести деловой разговор, деловую беседу;
- соблюдать правила культуры поведения в обществе;

- практически выполнять требования к внешнему виду современного делового человека;
- понимать значимость повышения своей квалификации и мастерства;
- применять методики оценки достоинств и недостатков;
- применять рациональные методы и средства осуществления деловых коммуникаций;
- организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом.

владеть:

- нормами делового этикета;
- эффективными приемами и методами, обеспечивающими саморазвитие, повышения своей квалификации и мастерства;
- современными методиками оценки своих достоинств и недостатков, способами их устранения;
- навыками выстраивания эффективных деловых коммуникаций;
- -навыками организации и поддержания связи с деловыми партнерами.

3. Место дисциплины в структуре ОП ВО

Дисциплина относится к части учебного плана, формируемой участниками образовательных отношений. Изучается в на 2 курсе в соответствии с учебным планом

Изучение дисциплины основывается на ранее освоенных дисциплинах/практиках: «Документационное обеспечение управления», «Введение в профессию», «Социология». Изучение дисциплины « Деловой этикет» закладывает основы для успешного освоения последующих курсов «Психология управления», «Управление карьерой» и поддерживается дисциплиной «Деловые коммуникации» и «Основы интернет-технологий»

4. Объем дисциплины (модуля)

4.1. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием академических (астрономических) часов и виды учебной работы

Виды учебной работы,	Очная форма
Общая трудоемкость в зачетных единицах	3
Общая трудоемкость в часах	108
Аудиторные занятия в часах, в том числе:	34
Лекции	18
Практические занятия	18
Лабораторные занятия	-
Самостоятельная работа в часах	71,75
ИКР	0,25
Форма промежуточной аттестации	Зачет

4.2. Объем контактной работы на 1 обучающегося

Виды учебных занятий	Очная форма
Лекции	18
Практические занятия	18
Лабораторные занятия	
Консультации	
Зачет/зачеты	0,25
Экзамен/экзамены	
Курсовые работы	
Курсовые проекты	
Всего	36,25

5. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам), с указанием количества часов и видов занятий

5.1 Тематический план учебной дисциплины

№ п/п	Название темы	Всего часов	Аудиторные занятия			Сам.раб.
			Всего	Лекц	Практ	
1.	Деловой этикет и его роль в жизни предприятия	14	4	2	2	10
2.	История этикета	14	4	2	2	10
3.	Этика делового общения	14	4	2	2	10
4.	Атрибуты деловой привлекательности	16	6	2	4	10
5.	Корпоративная культура и ее составляющие	16	8	4	4	8
6.	Этикет официальных мероприятий	12	6	4	2	6
7.	Этикетные ситуации вне деловой среды	13,75	4	2	2	9,75
8.	Подготовка к зачету	8				8
9.	ИКР	0,25				0,25
	ИТОГО	108	36	18	18	72

5.2. Содержание:

Тема 1. Деловой этикет и его роль в жизни предприятия

История развития делового этикета. Особенности и значение делового этикета и

делового протокола на предприятии. Принципы современного этикета. Основы субординации.

Тема 2. История этикета

История происхождения и формирования современных этикетных норм. Эволюция этикета.

Тема 3. Этика делового общения

Правила грамотной речи, коммерческие переговоры, деловой завтрак, обед, ужин. Темы для беседы за столом на деловых переговорах. Этикет телефонных разговоров. Деловая культура. Рабочая переписка. Служебный этикет. Визитные карточки как элементы деловых отношений. Визитные карточки как элементы деловых отношений.

Тема 4. Атрибуты деловой привлекательности

Имидж делового человека. Деловая элегантность. Требования к повседневной одежде. Вечерний костюм. Украшения, аксессуары. Выбор парфюмерии.

Тема 5. Корпоративная культура и ее составляющие

Современный деловой этикет, его тенденции. Понятие корпоративной культуры. Этикет в мире бизнеса. Умение критиковать и воспринимать критику. Умение говорить и принимать комплименты. Поведение в конфликтной ситуации. Сексуальные притязания. Неприемлемые вопросы. Неудачные шутки.

Тема 6. Этикет официальных мероприятий

Этикет официальных мероприятий. Виды приемов. Дневные и вечерние официальные приемы. Приемы с рассадкой и без нее. Приемы типа «бокал шампанского», «бокал вина», завтрак. Приемы типа «чай», «жур фикс», коктейль, фуршет, обед, обед-буфет, ужин. Сроки проведения официального приема. Форма одежды для официальных приемов. Приход делегации на прием и уход с приема. Поведение на дипломатических приемах. Виды обслуживания «в стол» и «в обнос». Схемы расстановки на дипломатическом приеме. Понятие делового завтрака, делового обеда, делового ужина.

Тема 7. Этикетные ситуации вне деловой среды

Как вести себя во время путешествия. Преодоление языковых барьеров. Как вести себя в других странах. Учет разнообразия культур. Поведение в самолете, корабле, автомобиле, поезде, отеле, аэропорту. Спортивный этикет. Обряды и торжественные события. Свадебная традиция. Юбилей. Похоронная церемония. Поведение в церкви.

6.1. Самостоятельная работа обучающихся по дисциплине (модулю)

№	Название раздела, темы	Задание	Время выполнения	Форма контроля
1.	Деловой этикет и его роль в жизни предприятия	Реферат	10	Публичное выступление
2.	История этикета	Реферат	10	Публичное выступление
3.	Этика делового общения	Решение ситуационных задач.	10	
4.	Атрибуты деловой привлекательности	Изготовление визитной	10	Презентация

		карточки. Разработка дресскода.		
5.	Корпоративная культура и ее составляющие	Оценить корпоративную культуру организации (учебный пример)	8	Тесты
6.	Этикет официальных мероприятий	Заполнение таблицы с основными протокольными мероприятиями	6	Контрольные задания
7.	Этикетные ситуации вне деловой среды	Решение кейсов	9,75	Контрольные задания
8.	Подготовка к зачету		8	
	ИКР		0,25	
	ИТОГО		71,25	

Методические рекомендации

1. Методические рекомендации по написанию реферата

Сначала студенту предлагается ознакомиться с технологией написания реферата. **Этапы работы над рефератом:**

1. Формулирование темы. Тема должна быть не только актуальной по своему значению, но оригинальной, интересной по содержанию.
2. Подбор и изучение основных источников по теме (как правило, не менее 8-10).
3. Составление библиографии.
4. Обработка и систематизация информации.
5. Разработка плана реферата.
6. Написание реферата.

Содержание работы должно отражать знание современного состояния проблемы; обоснование выбранной темы; использование известных результатов и фактов; полноту цитируемой литературы, ссылки на работы ученых, занимающихся данной проблемой; актуальность поставленной проблемы; материал, подтверждающий научное, либо практическое значение в настоящее время.

Требования к тексту.

Реферат выполняется на стандартных страницах белой бумаги формата А-4 (верхнее, нижнее и правое поля – 1,5 см; левое – 2,5 см). Текст печатается обычным шрифтом TimesNewRoman (размер шрифта – 12 кегель). Заголовки – полужирным шрифтом TimesNewRoman (размер шрифта – 14 кегель). Интервал между строками – полуторный. Текст оформляется на одной стороне листа.

Типовая структура реферата.

1. Титульный лист.
2. План (простой или развернутый с указанием страниц реферата).
3. Введение.
4. Основная часть.

5. Заключение.
6. Список литературы.
7. Приложения (карты, схемы, графики, диаграммы, рисунки, фото и т.д.).

План реферата отражает основной его материал:

- I. Введениестр.
- II. Основная часть (по типу простого или развернутого).....стр.
- III. Заключение.....стр.
- IV. Список литературы.....стр.
- V. Приложения.....стр.

Введение имеет цель ознакомить читателя с сущностью излагаемого вопроса, с современным состоянием проблемы. Здесь должна быть четко сформулирована цель и задачи работы. Ознакомившись с введением, читатель должен ясно представить себе, о чем дальше пойдет речь. Объем введения – не более 1 страницы.

Основная часть. Следующий после «Введения» раздел должен иметь заглавие, выражающее основное содержание реферата, его суть. Главы основной части реферата должны соответствовать плану реферата (простому или развернутому) и указанным в плане страницам реферата. В этом разделе должен быть подробно представлен материал, полученный в ходе изучения различных источников информации (литературы). Объем самого реферата – не менее 15 листов.

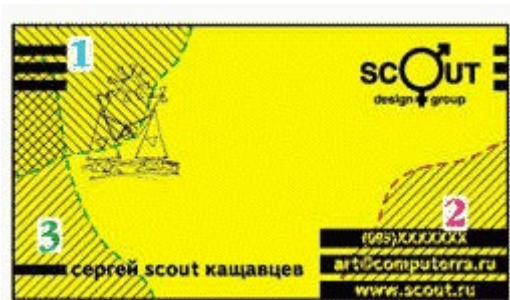
Заключение. Формулировка его требует краткости и лаконичности. В этом разделе должна содержаться информация о том, насколько удалось достичь поставленной цели, значимость выполненной работы, предложения по практическому использованию результатов, возможное дальнейшее продолжение работы.

Список литературы. Имеются в виду те источники информации, которые имеют прямое отношение к работе и использованы в ней. При этом в самом тексте работы должны быть обозначены номера источников информации, под которыми они находятся в списке литературы, и на которые ссылается автор. Эти номера в тексте работы заключаются в квадратные скобки, рядом через запятую указываются страницы, которые использовались как источник информации, например: [1, с.18].

Приложения (карты, схемы, графики, диаграммы, рисунки, фото и т.д.).

Методические рекомендации по изготовлению визитной карточки и разработки дресскода.

Визитка является устройством хранения данных, и ею должно быть удобно пользоваться. Проведите эксперимент. Возьмите образец визитки в правую руку. Переложите в левую. Теперь подойдите к телефону и наберите указанный номер. Запомнили, как вы держите визитку в каждом из случаев?



На рисунке штриховкой отмечены места, за которые люди обычно держат визитку пальцами. Подают визитку за левый верхний угол (область 1). Принимают тоже правой, но уже за правый нижний угол (область 2). А набирая номер, обычно удерживают в левой руке за левую сторону (область 3). Зная это, можно предположить, где стоит поместить логотип фирмы, который должен быть замечен получателю визитки, как удобнее разместить телефонный номер, имя и другую необходимую информацию.

Любая визитная карточка, оставшаяся у собеседника, создаёт у него ассоциацию с владельцем. Поэтому она должна быть сделана так, чтобы вызывать положительные эмоции у того, кто на неё смотрит.

Анализ задачи начинается с ответов на три вопроса:

1. Для чего нужны эти визитки? *(Чтобы раздавать, чтобы люди не забыли моё имя и телефон, т.е. информировать и рекламировать.)*
2. Кому они предназначаются? *(Как минимум, нужно позаботиться хотя бы о том, чтобы визитка не вызвала у человека раздражения.)*
3. Как ими будут пользоваться? *(Учитываются требования к форме и содержанию визиток, вытекающие из специфики компании. Бумага должна быть удобной для записей. Обратную сторону визитки желательно оставить пустой.)*

Не забудьте учесть общие признаки, характерные для визиток. Визитные карточки имеют стандартный маленький формат 50x90 мм. Визитки печатаются малыми тиражами 50-200 экземпляров. Для их изготовления обычно используется плотная бумага с гладкой или фактурной поверхностью. Визитные карточки бывают одно- и двухсторонними и печатаются одним-четырьмя разными цветами (наиболее распространены одно и двухцветные).

Визитные карточки могут быть изготовлены различными способами:

- фотографический способ;
- печать на принтере или копировальном устройстве;
- на цифровой печатной машине;
- горячее тиснение и т.д.

2. Дресс-код в переводе с английского –форма одежда, требуемая при посещении определенных мероприятий, организаций, заведений. Студенту сначала следует ознакомиться с материалами лекций и литературой по теме и выяснить какие требования предъявляются в современном обществе к одежде. Затем составить определенный регламент в одежде для различных учреждений.

3. Методические рекомендации по решению ситуационных задач (кейсов)

Работа над ситуационной задачей предполагает знакомство с конкретной ситуацией из практики. Студент должен внимательно ознакомиться с задачей и найти альтернативы для её решения, предложить собственный вариант решения, обосновать это решение, Процесс поиска и принятия решения можно представить в виде алгоритма, включающего основные фазы.

1. Знакомство с конкретным случаем.
2. Информация, полученная из предоставленных материалов и добытая самостоятельно.
3. Обсуждение возможных альтернативных решений.
4. Резолюция-принятие решения в группах.
5. Диспут. Отдельные группы защищают свое решение.
6. Сопоставление итогов. Сравнение решений, принятых в группах, с решением, принятым в действительности.

6.2. Тематика и задания для практических занятий

Тема 1. Основы делового этикета в России и за рубежом.

Тема 2. История возникновения этикета.:

-эволюция этикета,

-виды этикета.

Тема 3. Основы делового общения.

Тема 4. Внешний вид делового человека и манеры.

Тема 5. Общение с коллегами, подчиненными, руководством.

Тема 6. Деловой протокол.

Тема 7. Светский этикет.

7. Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

1. Литература.

Основная

1. Деловой этикет: Учебное пособие / И.Н. Кузнецов. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 348 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование: Бакалавриат). (переплет) ISBN 978-5-16-004458-3 <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=461190>

2. Ханиш, Хорст. Деловой этикет для работы и карьеры : Пер. нем. Н.Н. Максимовой / Ханиш Хорст. - Москва : Омега-Л, 2007. - 120 с.: ил. - (TASCHEN GUIDE. Просто! Практично!). - ГСЭ, ОПД. - ISBN 978-5-370-00020-1 : 55.90.

Дополнительная

1. Деловое общение. Деловой этикет : учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений / авт.-сост. И. Н. Кузнецов. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2006. - 431 с. - Рекомендовано УМО. - Библиогр.: с. 426-430. - ISBN 5-238-00654-3 : 185.00.

2..Кукушин, В. С. Деловой этикет : учеб. пособие / Кукушин, Вадим Сергеевич. - Изд. 3-е, испр. и доп. - М. : ИКЦ "МарТ", 2008 ; Ростов-на-Дону : МарТ. - 304 с. : ил. - (Новые технологии). - Библиогр.: с. 289-291. - ISBN 978-5-241-00803-9 : 200.00.

3.Чарушина, Е. И. Профессиональная этика и деловой этикет [Электронный ресурс] : практикум / Е. И. Чарушина ; М-во образования и науки РФ, Костром. гос. ун-т им. Н. А. Некрасова. - Кострома : КГУ, 2015. - 49 с. - Загл. с экрана. - Библиогр.: с. 48. - Б. ц.

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

Интернет ресурс - [www. google. ru](http://www.google.ru)
 Интернет ресурс - [www. wikipedia. org](http://www.wikipedia.org)
 Интернет ресурс - [www. hrm. ru](http://www.hrm.ru)
 Интернет ресурс - [www. hr-journal. ru](http://www.hr-journal.ru)
 Интернет ресурс - [www. kadrovik. ru](http://www.kadrovik.ru)

9. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Аудиторные занятия

Ул. 1 Мая 14а, корпус В1	11 ауд.	Аудитория на 30 посадочных мест, оснащена мультимедиапроектором, экраном, доской, имеется свободный доступ WiFi
Ул. 1 Мая 14а, корпус В1	12 ауд.	Аудитория на 32 посадочных места, оснащена мультимедиапроектором, экраном, доской, имеется свободный доступ WiFi
Ул. 1 Мая 14а, корпус В1	13 ауд.	Аудитория на 60 посадочных мест, оснащена мультимедиапроектором, экраном, доской, имеется свободный доступ WiFi
Ул. 1 Мая 14а, корпус В1	14 ауд.	Аудитория на 26 посадочных мест, оснащена мультимедиапроектором, экраном, доской, имеется свободный доступ WiFi

Самостоятельная работа

Ул. 1 Мая, д.14, корп. «Б1», ауд. 201	Читальный зал корпуса «Б1»	200 посадочных мест; 3 компьютера для сотрудников; 1 принтер; 1 копир/принтер; 1 проектор; 2 экрана для проектора; 1 ворота «Антивор»; 1 WIFI-точка доступа.
Ул. 1 Мая, д.14, корп. «Б1», ауд. 202	Электронный читальный зал	25 посадочных мест; 29 компьютеров (25 для читателей, 4 для сотрудников); 4 принтера (3 монохромные, 1 полноцветный); 1 плоттер; 2 сканера; 1 МФУ; 1 LCD TV

Ул. 1 Мая, д.14, корп. «А1», ауд. 3- 207	Читальный зал редкой книги	50 посадочных мест; 1 компьютер для сотрудников; 1 сканер; 1 принтер; 1 LCD TV; свободный доступ WIFI
Ул. 1 Мая, д.14, корп. «В1», ауд. 305	Читальный зал СБО	20 посадочных мест; 2 компьютера для сотрудников; 1 принтер; 1 МФУ