

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

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**ДЕЛОВОЕ ОБЩЕНИЕ И ЭТИКЕТ**

Направление подготовки 38.04.02 «Менеджмент»

Направленность: «Маркетинговое управление организациями»

Квалификация выпускника: магистр

Кострома  
2021

Рабочая программа дисциплины «**Деловое общение и этикет**» разработана в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом – магистратура по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент (приказ Минобрнауки России от 12 августа 2020 г. № 952)

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

Рецензенты: Творогова И.Н., к.э.н., генеральный директор ООО «Каскад МИА»  
Карев А.К. директор по бренду и маркетинговым коммуникациям ПАО «ВымпелКом» (бренд билайн)

ПРОГРАММА УТВЕРЖДЕНА

На заседании кафедры менеджмента и маркетинга

Протокол № 3 от 16 ноября 2021 г.

ПРОГРАММА ПЕРЕУТВЕРЖДЕНА:

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.

## 1. Цели и задачи освоения дисциплины

**Цель дисциплины** – обеспечить теоретическую и практическую основу для дальнейшего самостоятельного совершенствования компетентности в деловом общении и освоения норм делового этикета

### **Задачи дисциплины:**

1. Познакомить с языковыми особенностями делового стиля речи, нормами составления и оформления деловых документов, 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 компетенции:

**ОПК-4.**Способен руководить проектной и процессной деятельностью в организации с использованием современных практик управления, лидерских и коммуникативных навыков, выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать стратегии создания и развития инновационных направлений деятельности и соответствующие им бизнес-модели организаций

**ИК.ОПК-4.1.** Демонстрирует знание процессов разработки стратегий создания и развития инновационных направлений деятельности организации, бизнес-моделей организации, современных практик управления, лидерских и коммуникативных навыков

### **знать:**

- основы коммуникационного процесса в организации;
- основы речевой, логической культуры делового общения;
- роль невербальных коммуникаций в деловом общении;

### **уметь:**

- применять полученные навыки для подготовки и проведения деловых переговоров и встреч, деловых совещаний;
- выступать перед аудиторией с презентацией;

### **владеть:**

- навыками выстраивания эффективных деловых коммуникаций;
- навыками подготовки публичных выступлений;
- навыками эффективного применения управленческих функций в кросскультурной среде.

**ПК-1.** Способен использовать методы стратегического анализа, маркетингового управления и контроля для всех элементов комплекса маркетинга организации

**ИК.ПК-1.4.** Планирует, организует и осуществляет контроль маркетинговой деятельности организации

### **знать:**

- психологические характеристики личности и их влияние на коммуникативный процесс;
- источники и методы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации

### **уметь:**

- выстраивать систему взаимодействия маркетинговой службы с другими подразделениями организации

**владеть:**

- навыками выстраивания эффективных деловых коммуникаций;
- навыками подготовки публичных выступлений;
- навыками эффективного применения управленческих функций в кросскультурной среде.

**ПК-2.** Способен применять принципы, модели, инструменты и информационные технологии в области маркетинга на стратегическом, тактическом и оперативном уровне управления организацией, а также осуществлять коммуникации с потребителями и стейкхолдерами, в процессе разработки, принятия и оценки управленческих решений

**ИК.ПК-2.1.** Демонстрирует знания в области построения маркетинговых моделей и понимает механизмы организации и функционирования маркетинговых цифровых платформ для обеспечения непрерывной связи с потребителями и другими стейкхолдерами

**знать:**

- типологию и основные принципы эффективных коммуникаций.

**уметь:**

- организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом;
- использовать техники эффективных коммуникаций.

**владеть:**

- навыками выстраивания эффективных деловых коммуникаций;
- навыками подготовки публичных выступлений;
- навыками эффективного применения управленческих функций в кросскультурной среде.

### **3. Место дисциплины в структуре ОП ВО**

Дисциплина относится к части учебного плана, формируемой участниками образовательных отношений. Б1.В.ДВ.2 Изучается в 3 семестре.

#### 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	Заочная	Очно-заочная форма обучения
Общая трудоемкость в зачетных единицах		3	
Общая трудоемкость в часах		108	
Аудиторные занятия в часах, в том числе:		12	
Лекции		6	
Практические занятия		6	
Лабораторные занятия		–	
Практическая подготовка		-	
Самостоятельная работа, в том числе (в часах):		91,75	
Контроль		4	
Форма промежуточной аттестации		Зачет	

##### 4.2. Объем контактной работы на 1 обучающегося

Виды учебных занятий	Очная форма	Очно-заочная	Заочная
Лекции			6
Практические занятия			6
Лабораторные занятия			-
Консультации			0,25
Зачет/зачеты			
Экзамен/экзамены			-
Курсовые работы			-
Курсовые проекты			-
Всего			12,25

## 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	Лаб	
1.	Деловой этикет и его роль в жизни предприятия	14	2	2			12
2.	Этика делового общения	16	2		2		14
3.	Основы делового общения.	16	2		2		14
4.	Атрибуты деловой привлекательности	16	2	2			14
5.	Коммуникации: виды и функции. Специфика деловой коммуникации	16	2	2			14
6.	Деловые переговоры как форма деловой коммуникации	14	2		2		12
7.	Подготовка к зачету	11,75					11,75
	Контроль	4					
	ИКР	0,25					
	<b>ИТОГО</b>	<b>108</b>	<b>12</b>	<b>6</b>	<b>6</b>		<b>91,75</b>

### 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. 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.

#### ***Тема 3. Основы делового общения.***

Понятие этики делового общения. Формы этики делового общения. Деловое общение в экстремальных условиях. Культура общения с гражданами. Особенности делового общения с иностранными гражданами. Этикет телефонных разговоров. Этические требования к проведению деловых бесед, встреч, и переговоров. Культура речи. Деловая культура. Рабочая переписка. 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. Коммуникации: виды и функции. Специфика деловой коммуникации**

Характеристика понятия «деловая коммуникация». Функции деловой коммуникации. Коммуникация как форма управления организацией. Виды коммуникаций в организациях.

**Тема 6. Деловые переговоры как форма деловой коммуникации**

Переговоры, основные понятия. Принципы поведения на переговорах. Качества, необходимые переговорщику. Подготовка к переговорам. Процесс переговоров. Способы взаимодействия в переговорах. Стратегии поведения в деловых переговорах. Манипуляции в общении и их характеристики.

**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	12	Публичное выступление
2.	Этика делового общения	Составление алгоритма поведения в определенной ситуации	14	Публичное выступление
3.	Основы делового общения	Ситуационные задачи	14	Представление решения задач
4.	Атрибуты деловой привлекательности	Изготовление визитной карточки. Разработка дресскода.	14	Презентация
5.	Коммуникации: виды и функции. Специфика деловой коммуникации	Составление опорного конспекта лекций и учебной литературы. Подготовка рефератов, разработка ситуации, связанной с	14	Устный опрос, проверка домашнего задания

		деловым общением		
6.	Деловые переговоры как форма деловой коммуникации	Составление опорного конспекта лекций и учебной литературы. Выполнение комплексных ситуационных заданий	12	Устный опрос, выполнение заданий
7.	Подготовка к зачету		11,75	Зачет
	ИТОГО		91,75	

## Методические рекомендации

ТЕМА1. Деловой этикет и его роль в жизни предприятия

**Задания.**

Реферат

**Методические рекомендации:**

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 Times New Roman (размер шрифта – 12 кегель). Заголовки – полужирным шрифтом Times New Roman (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. Введение .....стр.
- 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.).

ТЕМА 2. Этика делового общения ТЕМА 3 Основы делового общения

**Задания.**

Составление алгоритма поведения в определенной ситуации

**Методические рекомендации:**

Для выполнения данного задания студенту сначала необходимо познакомиться с материалами лекций и литературой по теме. На основании проанализированного материала необходимо составить алгоритм(т.е. последовательность определенных действия и слов, которые могут быть эффективны при определенных ситуациях)

ТЕМА4. Атрибуты деловой привлекательности

**Задания.**

1. Изготовление визитной карточки.

## 2. Разработка дресскода.

### **Методические рекомендации:**

1. 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.

ТЕМА 5 Коммуникации: виды и функции. Специфика деловой коммуникации ТЕМА 6 Деловые переговоры как форма деловой коммуникации  
**Задания.** Решение ситуационных задач.

#### ***Методические рекомендации по решению ситуационных задач***

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. Основы делового общения.  
Тема 3. Внешний вид делового человека и манеры.  
Тема 4. Общение с коллегами, подчиненными, руководством.  
Тема 5. Деловой протокол.  
Тема 6.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.Емельянова, Е.А. Деловые коммуникации: учебное пособие / Е.А. Емельянова ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Томский Государственный Университет Систем Управления и Радиоэлектроники (ТУСУР). - Томск: Эль Контент, 2014. - 122 с.: табл., ил. - Библиогр.: с. 100-103. - ISBN 978-5-4332-0185-9 ; [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=480463>

3.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.

4.Деловые коммуникации : практикум / сост. Е. И. Чарушина. – Кострома : Костромской государственный университет, 2021. – 48 с.

### **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
Ул. 1 Мая 14а, корпус В1	5	Компьютерный класс на 22 посадочных места с выходом в Интернет Программное обеспечение: Офисный пакет; 1 С Предприятие (учебная версия);

		MS SQL Server Express; Visual Studio; yEd.
<b>Самостоятельная работа</b>		
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