

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**

**ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ІМЕНІ СЕМЕНА КУЗНЕЦЯ**

Затверджено на засіданні кафедри  
Менеджменту і бізнесу  
Протокол № 8 від 01.12.2017 р.

**Програма  
навчальної дисципліни  
"Етика бізнесу"  
для студентів усіх спеціальностей  
усіх форм навчання**

**Укладачі:** к.е.н., доцент, Немашкало К. Р.  
Ст. викладач Афанасьєва О. М.  
Ст. викладач Баланович Г. М.

Відповідальний за випуск  
зав. каф. менеджменту та бізнесу Лепейко Т.І.

**ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2017**

# 1. Вступ

Навчальна дисципліна «Етика бізнесу» **буде корисна** майбутнім маркетологам, менеджерам, економістам, фінансистам, тим, хто збирається займатися підприємництвом та створювати власний бізнес.

Найскладніші етичні проблеми в діловій культурі будь-якого народу виникають з усвідомленням моралі як сфери самостійного вибору. У процесі розвитку підприємництва утворюються етичні аспекти ділових відносин. Етика бізнесу є наукою про "належне", вона регламентує те, як повинна поводитися людина, формуючи моральні норми і принципи у ділових стосунках.

## ***Вивчення цієї дисципліни дає можливість студенту:***

розрізняти поняття формального та неформального спілкування та каналів розпізнавання людей;

володіти основними методами мовної культури ділової розмови;

здійснювати вибір методичного інструментарію для підготовки виступу та його проведення;

здійснювати вибір коректних невербальних засобів спілкування;

вміти визначати важливість тих чи інших складових іміджу.

***Метою*** викладання даної навчальної дисципліни є засвоєння у слухачів мовної культури та мовного етикету, техніки ділового спілкування, невербальних засобів спілкування та іміджу ділової людини.

Для досягнення мети поставлені такі основні ***завдання***:

придбання знань про психологічні та етичні особистісні якості учасників ділового спілкування;

придбання знань про моральні вимоги до взаємин ділових людей (бізнесменів, підприємців, керівників і керованих);

придбання знань про сучасні технологічні вимоги до основних форм ділового спілкування - бесід і переговорів, службових нарад, ділового листування;

придбання знань про моральні принципи, норми і правила етикету.

***Об'єктом*** навчальної дисципліни є ділове спілкування та діловий

імідж людини.

**Предметом** навчальної дисципліни є принципи та закономірності ділових відносин

**Пререквізити:** вивчення даної навчальної дисципліни студент розпочинає, прослухавши такі навчальні дисципліни, як: "Філософія", "Українська мова (за професійним спрямуванням)".

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен:

**знати:**

понятійний та категорійний апарат щодо етики бізнесу;  
сутність моделей ділового спілкування в бізнесі;  
основні принципи та моральні норми суспільства;  
принципи персонального лідерства;  
сутність етики керівника, службової та адміністративної етики;  
технології побудови ділового іміджу;  
стандарти одягу для ділових контактів;

**вміти:**

використовувати у діловому спілкуванні вербальні та невербальні засоби спілкування;

застосування лексичних та синтаксичних засобів виразності мовлення;  
вміння застосовувати прийоми ораторського мистецтва;

проводити позиціонування та публічну презентацію власного ділового іміджу;

створювати вербальний, кінетичний та візуальний імідж ділової людини та компанії;

вміння проводити ділових переговори та налагоджувати нові ділові контакти;

вміння комунікувати на основі моральних принципів, норм і правил етикету

У процесі викладання навчальної дисципліни основна увага приділяється оволодінню студентами професійною компетентністю, що наведена в табл. 1.

**Професійна компетентність, яка отримується студентами після  
вивчення навчальної дисципліни**

Назва компетентності	Складові компетентності
Використовувати принципи та моделі спілкування з метою ефективною комунікації у бізнес-середовищі	Здатність визначати предмет, об'єкт та основні задачі етики бізнесу
	Здатність розрізняти та характеризувати моделі ділового спілкування та загальні етичні принципи побудови етичного кодексу
	Здатність обирати культурні норми мовного етикету
	Здатність розпізнавати внутрішній стан людини за допомогою жестів та поз
	Здатність визначати особливості іміджу ділової жінки та чоловіка, характеризувати особливості основних видів іміджу ділової людини
	Здатність створювати та позиціонувати імідж компанії

Структуру складових професійних компетентностей та їх формування відповідно до Національної рамки кваліфікацій України наведено в таблиці 2.

**Структура складових професійних компетентностей з навчальної дисципліни  
"Етика бізнесу"  
за Національною рамкою кваліфікацій України**

Складові компетентності, яка формується в рамках теми	Пререквізити	Знання	Вміння	Комунікації	Автономність і відповідальність
1	2	3	4	5	6
<b>Тема 1. Особливості етики бізнесу</b>					
Визначати оптимальні принципи для прийняття етичних рішень	Сутність понять «етика» та «етика бізнесу». Визначення взаємозв'язку між етикою та мораллю	Знання принципів прийняття етичних рішень, моделей ділового спілкування, принципів кодексу компанії	Визначати моделі ділового спілкування	Ефективно формувати комунікаційну стратегію щодо визначення етичних рішень	Відповідальність за точне визначення етичних норм моралі
<b>Тема 2. Мовна культура ділової розмови</b>					
Застосовувати ключові мовні трафарети для ведення ділової розмови	Ключові вимоги по ділової розмови та основні типи мовлення	Знання алгоритму створення ефективної ділової розмови при підготовки до виступу	Використовувати синтаксичні та лексичні засоби мовлення при підготовці до виступу	Презентувати результати використання засобів мовлення	Відповідальність за точність і коректність дотримання ключових засобів мовлення

Продовження табл. 2

<b>Тема 3. Культура та техніка спілкування</b>					
Здатність обирати культурні норми мовного етикету та здатність до проведення ефективних переговорів	Форми мовного етикету, правила поведінки у діловому світі, технології проведення переговорів	Знання найбільш ефективних технологій проведення переговорів, правил компліментів	Застосовувати форми мовного етикету та компліментів при проведенні переговорів	Ефективно використовувати знання мовного етикету при ділових переговорах	Самостійно оцінювати успішність проведених переговорів
<b>Тема 4. Засоби спілкування в бізнесі</b>					
Здатність розпізнавати внутрішній стан людини за допомогою жестів та поз	Сутність вербальних та невербальних засобів спілкування, міміки та жестів	Знання жестів людей та їх визначення, мімічні вирази людини	Чітко визначати групу жестів вміти прочитати їх та використовувати у переговорному процесі	Ефективно використовувати невербальні технології у комунікаціях	Відповідати за конкретність та точність визначених жестів людини
<b>Тема 5. Основи побудови ділового іміджу</b>					
Визначати особливості іміджу ділової людини	Сутність поняття, функцій та типів іміджу. Сутність науки «іміджологія»	Знання складових індивідуального іміджу; особливостей іміджу в різних областях людської діяльності; основних відмінностей ділового іміджу	Здійснювати формулювання іміджу людини та компанії з огляду на їх цілі	Ефективно використовувати сучасні комунікаційні технології, що використовуються в створенні іміджу	Відповідати за конкретність та точність формулювання стратегічних цілей ділового іміджу

На вивчення навчальної дисципліни відводиться 150 годин (5 кредитів ЄКТС). Форма підсумкового контролю – залік.

## **2. Програма навчальної дисципліни**

### **Змістовий модуль 1. Етика бізнесу як наука та дисципліна**

#### **Тема 1. Особливості етики бізнесу**

##### *1.1. Визначення поняття етики бізнесу*

Поняття етики бізнесу. Відмінність формального і неформального стилів спілкування. Зв'язок між етикою і мораллю.

##### *1.2. Норми та принципи спілкування*

Етичні норми спілкування. Три філософських принципів прийняття етичних рішень. Загальні етичні принципи в трьох моделях ділового спілкування.

##### *1.3. Поняття етичного кодексу*

Подвійна мораль. Поняття «діловий етикет». Формула успішності Дейла Карнегі. Професійний етичний кодекс. Сім принципів етичного кодексу підприємців 1912 року. Основні принципи службової етики.

#### **Тема 2. Мовна культура ділової розмови**

##### *2.1. Типи мовлення.*

Визначення «правильна мова», «ділова бесіда», «мова». Три типи мовлення. Мовні трафарети, для чого вони потрібні.

##### *2.2. Ділова розмова та вимоги до неї.*

Основні вимоги до ділової розмови, помилки в мові ділової людини, основні якості професійно поставленого голосу

##### *2.3. Риторика та сутність ораторського мистецтва.*

Визначення риторика, суть ораторського мистецтва, лексичні засоби виразності мовлення, синтаксичні засоби мови, 11 обов'язків оратора по Марк Туллій Цицерон, 15 правил ораторського мистецтва, Композиційні прийоми мови.

##### *2.4 Теорія міжособистих відносин*

Три головних ключа до успіху, дві інтегральні функції спілкування. Сутність міжособистих відносин, його планування та програма. Програма особистого росту.

### **Змістовий модуль 2. Культура та засоби спілкування, імідж ділової**

## людини

### **Тема 3. Культура та техніка спілкування**

#### *3.1. Мовний етикет та його форми.*

Визначення мовного етикету, форми мовного етикету: вітання, звернення, знайомства, запрошення, компліменту, поздоровлення, прощання, алгоритм загальногромадянського етикету,

#### *3.2. Техніки ділового спілкування.*

Алгоритм демократичного етикету , проксемічні відстані в діловому світі, помилки , найбільш часто допускаються при офіційному поданні. Визначення строуксів, правила компліменту, правила поведінки в діловому світі в різних країнах.

#### *3.3 Технології ведення ділових переговорів*

Стратегія прориву. Етапи ділових переговорів. Протокол у переговорному процесі. Методи ведення переговорів.

### **Тема 4. Засоби спілкування в бізнесі**

#### *4.1. Вербальні та невербальні засоби спілкування.*

Визначення вербальних та невербальних засобів спілкування. Поняття міміка, жести. Основні компоненти невербального спілкування

#### *4.2. Класифікація жестів.*

4 групи жестів , які використовуються в діловому світі. Жести - адаптори, жести - регулятори , жести - ілюстратори, жести - символи

#### *4.3. Місце міміки у діловому спілкуванні*

Сім мімічних виразів, які відповідають 7 внутрішнім станам людини, емпатія , проксеміка.

#### *4.4. Національні особливості просторової поведінки*

національні особливості жестів-символів, види рукостискань, національні особливості невербальної поведінки .

### **Тема 5. Основи побудови ділового іміджу**

#### *5.1. Технології побудови ділового іміджу.*

Визначення поняття « імідж», 2 золотих правила іміджу, критерії вибору моделі поведінки, 10 умов зворотного зв'язку в діловому світі, 15 законів побудови ділового іміджу

#### *5.2. Структура та зміст іміджу ділової людини.*



принципи управління іміджем, патерн поведінки, 25 законів управління людьми, про діловому одязі чоловіки, діловий одяг жінки, перше враження, 2 моделі поведінки.

### 5.3. Створення мастер-плану компанії

Поняття мастер плану. Основні складові мастер-плану. Складові фундаменту успішного іміджу, Визначення внутрішнього та зовнішнього іміджу. Невідчутний імідж.

## 3. Теми та плани семінарських занять

**Семінарське заняття** – форма навчального заняття, за якої викладач організовує дискусію навколо попередньо визначених тем, до яких студенти готують тези виступів. На кожному семінарському занятті викладач оцінює підготовлені студентами доповіді та презентації з окреслених питань (табл. 3.1), їх виступи, активність у дискусії, вміння формулювати і відстоювати свою позицію тощо. Підсумкові бали за кожне семінарське заняття виставляються у відповідний журнал. Отримані студентом бали за окремі семінарські заняття враховуються в процесі накопичення підсумкових балів з даної навчальної дисципліни.

Таблиця 3.1

### Плани семінарських занять

Назва теми	Програмні питання
<b>Змістовий модуль 1.</b> <b>Етика бізнесу як наука та дисципліна</b>	
<i>Тема 1. Особливості етики бізнесу</i>	<i>Тема семінарського заняття "Значення етичного кодексу для компанії":</i> 1. Професійний етичний кодекс. 2. Етичний кодекс компанії. 3. Етичний кодекс університету.
<b>Змістовий модуль 2.</b> <b>Культура та засоби спілкування, імідж ділової людини</b>	
<i>Тема 5. Основи побудови ділового іміджу</i>	<i>Тема семінарського заняття "Історія виникнення та розвитку технологій по створенню іміджу":</i> 1. Витоки побудови іміджу в Античності. 2. Механізми впливу в державах Давнього Сходу. 3. Методи впливу на суспільство Давньої Греції та Давнього Риму. 4. Розвиток іміджевої складової в Середньовіччі. 5. Технології створення іміджу та репутації Нового Часу.

## 4. Теми практичних занять

**Практичне заняття** – форма навчального заняття, за якої викладач організовує детальний розгляд окремих теоретичних положень навчальної дисципліни і формує вміння та навички їх практичного застосування шляхом індивідуального виконання студентом сформульованих завдань. Проведення таких занять ґрунтується на попередньо підготовленому методичному матеріалі – тестах для виявлення ступеня оволодіння необхідними теоретичними положеннями, наборі завдань різного рівня складності для розв'язування їх на занятті. Воно включає проведення попереднього контролю знань, вмінь і навичок студентів, постановку загальної проблеми викладачем та її обговорення за участю студентів, розв'язування завдань із їх обговоренням, розв'язування контрольних завдань, їх перевірку, оцінювання (табл. 4.1).

Таблиця 4.1

### Перелік тем практичних занять

Назва змістового модуля	Теми практичних занять (за модулями)
1	2
<i>Змістовий модуль 1. Етика бізнесу як наука та дисципліна</i>	<i>Завдання 1.</i> Аналіз кодексу університету ХНЕУ ім. С. Кузнеця. Визначення принципів та норм
	<i>Завдання 2.</i> Використання лексичних та синтаксичних засобів мовлення та написання казки за заданим словом
	<i>Завдання 3.</i> Ділова гра "Мовна культура спілкування"
	<i>Завдання 4.</i> Вправа «Підготовка до виступу»
<i>Змістовий модуль 2. Культура та засоби спілкування, імідж ділової людини</i>	<i>Завдання 5.</i> Особливості мовного етикету в різних країнах світу
	<i>Завдання 6.</i> Складання протоколу ділових переговорів
	<i>Завдання 7.</i> Вербальне та невербальне спілкування. Ділова гра «Аборіген» та «Пантоміма»
	<i>Завдання 8.</i> Створення власного іміджу
	<i>Завдання 9.</i> Складання мастер-плану компанії на прикладі ХНЕУ ім. С.кузнеця

## 5. Самостійна робота

**Самостійна робота студента (СРС)** – це форма організації навчального процесу, за якої заплановані завдання виконуються студентом самостійно під методичним керівництвом викладача.

Основні види самостійної роботи, які запропоновані студентам для засвоєння теоретичних знань та формування практичних навичок з навчальної дисципліни, наведені в табл. 5.1.

Таблиця 5.1

### Завдання для самостійної роботи студентів та форми її контролю

Назва теми	Зміст самостійної роботи студентів	Форми контролю СРС
1	2	3
<b>Змістовий модуль 1. Етика бізнесу як наука та дисципліна</b>		
<i>Тема 1. Особливості етики бізнесу</i>	Вивчення лекційного матеріалу, підготовка до <i>семінарського заняття</i> , огляд теоретичного матеріалу за темою	Презентація результатів
<i>Тема 2. Мовна культура ділової розмови</i>	Вивчення лекційного матеріалу, підготовка до практичного заняття. Підготовка домашнього завдання у вигляді виконання вправи «Підготовка до виступу».	Презентація результатів контрольна робота за темами 1-2.
<b>Змістовий модуль 2. Культура та засоби спілкування, імідж ділової людини</b>		
<i>Тема 3. Культура та техніка спілкування</i>	Пошук, підбір та огляд літературних джерел за заданою тематикою; підготовка до семінарського заняття	Презентація результатів
<i>Тема 4. Засоби спілкування в бізнесі</i>	Вивчення лекційного матеріалу, підготовка до практичного заняття. Виконання завдання за темою «національні особливості жестів-символів»	Презентація завдання

1	2	3
<i>Тема 5. Основи побудови ділового іміджу</i>	Пошук, підбір та огляд літературних джерел за заданою тематикою; підготовка до практичного заняття, підготовка до експрес-опитування. Підготовка до контрольної роботи за темами 4-6. Виконання завдання "Створення власного ділового іміджу"	Експрес-опитування. Письмова контрольна робота за темами 4-5. Захист ІНДЗ

### 5.1. Індивідуальне науково-дослідне завдання

**Індивідуальне науково-дослідне завдання (ІНДЗ)** студента є вибіркоким видом позааудиторної самостійної роботи студента та має навчально-дослідницький характер, виконується у процесі вивчення програмного матеріалу навчальної дисципліни і завершується разом зі складанням підсумкового екзамену з даної навчальної дисципліни. Виконання ІНДЗ є одним із важливих засобів підвищення якості підготовки майбутніх спеціалістів, які здатні застосовувати на практиці теоретичні знання, вміння та навички з даної навчальної дисципліни.

**Тема ІНДЗ:** *"Створення власного ділового іміджу"*.

## 6. Методи навчання

У процесі викладання навчальної дисципліни для активізації навчально-пізнавальної діяльності студентів передбачене застосування як активних, так і інтерактивних навчальних технологій, серед яких: лекції проблемного характеру, міні-лекції, робота в малих групах, семінари-дискусії, мозкові атаки, кейс-метод, презентації, ознайомлювальні (початкові) ігри, метод проектної роботи, комп'ютерні симуляції, метод Дельфі, метод сценаріїв, банки візуального супроводу (табл. 6.1 і 6.2).

Таблиця 6.1

**Розподіл форм та методів активізації процесу навчання  
за темами навчальної дисципліни (лекційні заняття)**

Тема	Практичне застосування навчальних технологій
Тема 1. Особливості етики бізнесу	Лекція проблемного характеру з питання "Формування кодексу компанії", робота в малих групах, презентація результатів, банки візуального супроводу
Тема 2. Мовна культура ділової розмови	Міні-лекція з питання "Ключові правила проведення успішних переговорів", банки візуального супроводу
Тема 3. Культура та техніка спілкування	Міні-лекція з питання "Застосування технік спілкування», робота в малих групах, презентація результатів, банки візуального супроводу
Тема 4. Засоби спілкування в бізнесі	Лекція проблемного характеру з питання "Невербальні засоби ділової взаємодії", робота в малих групах, презентація результатів, банки візуального супроводу
Тема 5. Основи побудови ділового іміджу	Лекція проблемного характеру з питання "Основні помилки в побудові ділового іміджу", робота в малих групах, презентація результатів, банки візуального супроводу

Таблиця 6.2

**Використання методик активізації процесу навчання  
(семінарські та практичні заняття)**

Тема навчальної дисципліни	Практичне застосування методик	Методики активізації процесу навчання
1	2	3
Тема 1. Особливості етики бізнесу	Семінарське заняття. Тема: "Значення етичного кодексу для компанії".	Семінари-дискусії, презентації
Тема 2. Мовна культура ділової розмови	Завдання 1. Використання лексичних та синтаксичних засобів мовлення та написання казки за заданим словом	Робота в малих групах, мозкові атаки, метод Дельфі

1	2	3
<i>Тема 3. Культура та техніка спілкування</i>	Завдання 5. Особливості мовного етикету в різних країнах світу	Робота в малих групах, мозкові атаки, презентації
<i>Тема 4. Засоби спілкування в бізнесі</i>	Ділова гра «Аборіген» та «Пантоміма»	Робота в малих групах, мозкові атаки, метод сценаріїв, презентації
<i>Тема 5. Основи побудови ділового іміджу</i>	Семінарське заняття. "Історія виникнення та розвитку технологій по створенню іміджу":	Семінари-дискусії, презентації

## 7. Рекомендована література

### 7.1. Основна

1. Седова, Л. Н. Могущество имиджа [Текст] : учеб. пособие, Ч. 2 . – Х. : ХНЭУ, 2005.
2. Седова, Л. Н. Переговоры как способ коммуникации в бизнесе [Текст] : учеб. Пособие. – Х. : ХНЕУ, 2009.
3. Седова, Л. Н. Этика делового общения [Текст] : учеб. пособие, Ч. 1. – Х. : ХГЭУ, 2002.
4. Седова, Л. Н. Этика личности и этика характера [Текст] : учеб. пособие . – Х. : ХНЭУ, 2004.
5. Седова Л.Н., Малюкина А.А. Этика бизнеса [Текст] : учеб. пособие, Ч. 1. – Х. : ХНЭУ им. С. Кузнеця, 2014.
7. Седова Л.Н., Этика бизнеса: учебное пособие. Ч.2 / Седова Л.Н., Лепейко Т.И., Авраменко Е.В., Сорокина. А.С.. – Х.: ХНЭУ им С. Кузнеця, 2015.