

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

Кафедра Экономики и менеджмента организации

**УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЙ КОМПЛЕКС ДИСЦИПЛИНЫ**

Деловое общение

Основной образовательной программы по специальности  
032401.65 «Реклама»

УМКД разработан доцентом Моеквитиной Н.М.

Рассмотрен и рекомендован на заседании кафедры Экономики и  
менеджмента организации

Протокол заседания кафедры от «16» 11 2012 г. № 3

*В.С. Гришарова*

**УТВЕРЖДЕН**

Протокол заседания УМСН по специальности 032401.65 «Реклама»

От «24» 11 2012 г. № 3

Председатель УМСН *Е.С. Новомашин*

## СОДЕРЖАНИЕ

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	4
1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ, ЕЕ МЕСТО В УЧЕБНОМ ПРОЦЕССЕ	4
2. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	4
3. ТЕМАТИКА РЕФЕРАТОВ	11
4. ТЕМАТИКА КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ	11
5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ	12
6. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ИТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ	13
7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	16
8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	17
9. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ К ИЗУЧЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ	17

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Осваивается студентами на 3 курсе в 6 семестре.

Общая трудоёмкость дисциплины 170 часа.

Из них лекций 34 часов, Практические (семинарские) занятий 51 часов,

Самостоятельная работа 85 часов, Итоговый контроль - зачет в 6 семестре.

### 1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ, ЕЕ МЕСТО В УЧЕБНОМ ПРОЦЕССЕ

1.1. **Цель** изучения дисциплины – получение теоретических знаний и практических навыков в области делового общения специалистов.

1.2. **Задачи** дисциплины:

- использование теоретических навыков делового общения в профессиональной деятельности;
- освоение средств делового общения;
- овладение навыками организации и планирования деловых переговоров.

1.3. Изучение дисциплины основывается на знаниях студентов полученных при изучении «Русского языка и культуры речи», «Философии». Дисциплина «Деловое общение» обеспечивает последующее изучение дисциплин специализации.

### 2. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Деловое общение» (ОПД.Ф.10) предусматривает изучение социально-психологических особенностей и средств делового общения, организации деловых переговоров, в т.ч. с зарубежными партнерами, особенностей делового этикета и конфликтов в деловых отношениях.

Формы делового общения. Деловые переговоры: их виды, процесс переговоров и его этапы, планирование, тактика и порядок ведения, смягчение и предотвращение конфликтных ситуаций, принятие решений, протокольные мероприятия, особенности ведения международных переговоров и бизнес протокола. Классические правила ведения диалога. Фольклорные правила речевого этикета. Культура речи. Виды речи. Основы устного общения. Законы публичной речи. Стратегия ведения речи. Деловая беседа. Композиция и стиль речи. Риторика. Психология делового общения. Воздействие на аудиторию. Формулы логического убеждения. Построение аргументации. Тактические приемы использования аргументов и формул логического убеждения. Основные понятия этики делового общения. Этикет. Основы деловой этики. Деловая этика в рекламе. Национальные особенности делового общения (этики). Атрибуты делового общения.

В процессе изучения дисциплины «Деловое общение»

**Студент должен знать:**

- особенности, функцию и структуру делового общения;
- классификацию средств делового общения;
- процедуру планирования деловых переговоров;
- организацию деловых контактов с зарубежными партнерами.

**Студент должен уметь:**

- эффективно использовать вербальные и невербальные средства делового общения;
- осуществлять подготовительную работу по организации переговоров.

**Студент должен владеть:**

- основными тактическими приемами ведения переговоров;
- методами установления причин конфликтов в деловом общении;
- способами преодоления и управления конфликтами.

**Формы учебной работы**

- лекции;
- практические занятия;
- деловые и ролевые игры;
- тестирование.

Формы контроля знаний: экспресс-опрос; письменный опрос; зачет.

**2.2. Распределение часов по темам и видам занятий****Тематика лекционных занятий**

Наименование темы	Объем часов
1. Предмет, основные категории и задачи психологии и этики делового общения. Функции общения.	2
2. Стороны общения	4
3. Виды общения.	2
4. Деловое общение	2
5. Организация и проведение деловых бесед	4
6. Организация и проведение презентаций	4
7. Организация и проведение совещаний	4
8. Организация и проведение переговоров	4
9. Конфликты в деловом общении	4
10. Деловая этика и деловой этикет	4
<b>ИТОГО</b>	<b>34</b>

Содержание тематики:

## **1. Предмет, основные категории и задачи психологии и этики делового общения. Функции общения.**

Основные принципы и понятия дисциплины "Деловое общение". Важнейшие принципы психологии: детерминизма, системности, развития. Категории: психология личности, психология общения, психология рабочей группы.

Этические правила и нормы.

Русские мыслители о духовно-нравственных аспектах хозяйственной деятельности. О духовно-нравственном потенциале развития рыночных отношений в современной России. Приоритет психологического аспекта в трехмерной модели управления.

Функции общения: креативная, коммуникативносвязующая, личностноформирующая, психотерапевтическая и др.

## **2. Стороны общения.**

Три составляющие стороны общения: перцептивная, коммуникативная, интерактивная. Ошибки в восприятии собеседника, методы восприятия. Вербальные средства общения. Невербальные средства общения: кинесика, проксемика, просодика и экстралингвистика, такесика. Значение невербальных средств. Коммуникативная модель вербального общения. Трансактный анализ Э.Берна.

## **3. Виды общения.**

Характеристики основных видов общения. Монологическое, императивное, манипулятивное общение. Типы манипуляторов. Принципы диалогического общения К.Роджерса. Виды общения выделяемые В.Н.Лавриненко.

## **4. Деловое общение**

Понятие, особенности и основные этапы делового общения. Стратегии общения. Основные этапы делового общения: установление контакта, этап организации, обсуждение проблемы, принятие решения, выход из контакта.

Психологическое и эстетическое содержание профессионального общения. Национальные особенности делового общения.

## **5. Организация и проведение деловых бесед**

Понятие и условия проведения деловой беседы. Система подготовки, план, структура и содержание деловой беседы.

Приемы начала беседы. Цели, основы и техника передачи информации. Техника и тактика аргументации в деловой беседе.

Основные задачи и тактические приемы завершения деловой беседы.

## **6. Организация и проведение презентаций**

Виды презентаций. Цели и задачи презентации. Подготовка к проведению презентации. Требования к наглядному материалу. Проведение презентации.

## **7. Организация и проведение совещаний**

Сущность и классификация совещаний. Подготовка к совещанию. Цели и функции руководителя совещания. Роли участников совещания.

## **8. Организация и проведение переговоров**

Понятие и отличительные особенности деловых переговоров. Виды переговоров. Стили проведения коммерческих переговоров.

Подготовка к проведению переговоров. Основные методы подготовки к переговорам. Содержательная сторона подготовки к переговорам.

Основные этапы переговорного процесса. Тактика проведения переговоров.

Методы проведения переговоров. Основные структурные элементы тактики переговоров. Тактические приемы. Психологические аспекты переговоров. Особенности проведения переговоров по экспорту и импорту. Национальные особенности переговоров с партнерами из КНР, Кореи, США, Японии.

## **9. Конфликты в деловом общении**

Сущность и виды конфликтов. Структура конфликта. Причины конфликтов. Общие стадии протекания конфликта. Основные стили поведения при конфликте. Особенности межгруппового и межличностного конфликтов. Исходы конфликтов. Основные этапы разрешения конфликтов. Пути преодоления и методы разрешения конфликтов.

## **10. Деловая этика и деловой этикет**

Природа и сущность этики деловых отношений. Основные принципы этики деловых отношений. Декларация Ко "Принципы бизнеса". "Двенадцать принципов ведения дела в России".

Понятие, виды и правила этикета. Составные части делового этикета. Этикет и имидж делового человека.

## Тематика практических занятий

Наименование темы занятия	Объем час.
1. Теоретические предпосылки становления психологии и этики делового общения.	5
2. Этикет делового человека	5
3. Вербальные средства делового общения. Умение слушать.	5
4. Оценка уровня деловых и коммуникативных качеств.	5
5. Эффективность использования невербальных средств делового общения.	5
6. Подготовка публичного выступления.	5
7. Подготовка и проведение презентации.	5
8. Подготовка и проведение совещания.	5
9. Организация и анализ деловых переговоров.	6
10. Особенности реагирования в конфликтных ситуациях.	5
Итого	51

### **1. Теоретические предпосылки становления психологии и этики делового общения.**

Проблемы этики и психологии общения в истории философской и психологической мысли. Проблемы психологии личности и межличностного общения в трудах российских ученых. Основные направления современной психологии Запада и проблемы психологии межличностного общения.

### **2. Этикет делового человека**

Этикет и имидж делового человека. Визитная карточка. Этикет приветствий и представлений. Внешний облик делового человека.

Поведение в общественных местах. Этикет деловых приемов. Правила вручения подарков.

### **3. Вербальные средства делового общения. Умение слушать.**

Комплимент как психологический прием влияния на партнера.

Три вида комплиментов. Правила комплиментов. Пейсинг и правила его применения.

Приемы понимания собеседников.

Стили и типы слушания. Правила слушания. Выслушивание собеседника как психологический прием.

### **4. Оценка уровня деловых и коммуникативных качеств.**

Проведение психологического тестирования студентов по оценке уровня их деловых и коммуникативных качеств.

## **5. Эффективность использования невербальных средств делового общения.**

Значение различных типов рукопожатий.

Жесты как показатели внутреннего состояния собеседников: открытости, подозрительности и скрытности, защиты, размышления и оценки, сомнения, обиды и др.

Сигналы, посылаемые глазами и губами. Жесты и мимика, свидетельствующие о лжи. Невербальные средства повышения делового статуса.

## **6. Подготовка публичного выступления.**

Цели и основные идеи выступлений. Подготовка к выступлению. Наметьте предварительный план, выберите материал, составьте композицию и окончательный план выступления на одну из следующих тем:

1. Место, где мне хотелось бы побывать еще раз.
2. Время, которое мне приятно вспомнить.
3. Это было со мной впервые в жизни.
4. Как научиться успевать все делать.
5. Лето, которое я не забуду.
6. Эмоции и здоровье.
7. Что значит быть современным.
8. Мое представление об идеальном муже (идеальной жене).
9. Как избавиться от лени.
10. Как дарить цветы.
11. Как воспитывать силу воли.
12. Как надо (не надо) готовиться к экзаменам.
13. Надо ли готовиться к семейной жизни.
14. Как можно готовить себя к будущей профессии.
15. Можно ли сохранить любовь.
16. НЛО и современная наука.
17. Как сохранить здоровье.
18. Самосовершенствование – путь к счастливой жизни.
19. Мое любимое место в городе.
20. Фильм, который стоит посмотреть.
21. Мое отношение к гражданскому браку.

## **7. Подготовка и проведение презентации.**

Семь правил работы с аудиторией во время презентации: by heart (спонтанная речь), простота, гибкость, уверенность в себе, экспромт – заранее, искренность, удовольствие. Составление плана презентации товара.

Упражнения: "Плюс/минус" анализ, "От достоинств к потребностям", "Коротко о главном".



Проведение презентации товара по группам.

### **8. Подготовка и проведение совещания.**

Тип подчиненных и стиль общения с ними: универсал, самовлюбленный, деловой, увлекающийся, энергичный, моралист, бюрократ, сомневающийся, творец.

Упражнение "Совещание". Все участники разбиваются на группы по 5-7 человек, которые образуют фирмы. Каждой фирме надо за 10-15 минут придумать название, разработать бизнес-план производства товара (по усмотрению команды), назначить главного специалиста. Затем ведущий приглашает на производственное совещание главных специалистов, с которыми будут обсуждаться проблемы финансирования их проектов. Каждый главный специалист должен изложить суть проекта своей фирмы, оценить ценность других проектов и в ходе обсуждения выбрать наилучший проект, который получит финансирование. При подготовке к защите своего проекта команда должна ответить на следующие вопросы: "Какую продукцию вы выпускаете или какие услуги оказываете? Ваша стратегия на перспективу? Конкурентен ли ваш товар? Какова система сбыта ваших товаров? Какова платежеспособность вашей фирмы, источники финансирования? Какое финансирование требуется?" Участники совещания должны оценить проекты по десятибалльной системе, предварительно выбрав "ведущего" совещание – главного финансиста. Наблюдатели фиксируют ход совещания, анализируют его этапы, позиции "взаимодействия" участников и "ведущего", умение расположить к себе, произвести впечатление.

### **9. Организация и анализ деловых переговоров.**

Особенности телефонной беседы. Схема телефонного разговора "Семь П". Упражнения по проведению телефонных переговоров.

Деловая игра "Переговоры между рекламными агентствами"

### **10. Особенности реагирования в конфликтных ситуациях.**

Особенности конструктивных и неконструктивных конфликтов. Что относят к нарушениям служебной этики? Этапы разрешения конфликта. Приемы поведения в конфликтной ситуации. Разрядка отрицательных эмоций и техника самоуспокоения.

## 2.3. Самостоятельная работа

1. Изучение теоретических вопросов дисциплины:

- психологические и этические вопросы профессиональной деятельности;
- психологическое и этическое содержание профессионального общения;
- национальные особенности делового общения;

- психологические особенности деловых переговоров;
- особенности делового этикета за рубежом.

## 2. Подготовка рефератов.

### Самостоятельная работа

Наименование темы	Объем часов, часов
1. Предмет, основные категории и задачи психологии и этики делового общения. Функции общения.	10
2. Стороны общения	8
3. Виды общения.	8
4. Деловое общение	8
5. Организация и проведение деловых бесед	8
6. Организация и проведение презентаций	8
7. Организация и проведение совещаний	8
8. Организация и проведение переговоров	8
9. Конфликты в деловом общении	11
10. Деловая этика и деловой этикет	8
ИТОГО	85

### 3. Тематика рефератов

1. Совместимость людей в зависимости от психосоциотипов.
2. Средства психологического воздействия в деловом общении.
3. Формы и закономерности психологического воздействия в деловом общении.
4. Национальные особенности делового общения.
5. Речевой этикет в деловом общении.
6. Имидж маркетолога.
7. Особенности знакомства и приветствия делового человека.
8. Этикет деловой женщины.
9. Роль посредника в конфликтах.
10. Культура делового общения.
11. Этикет делового письма.
12. Барьеры в общении и их преодоление.
13. Культура ведения полемики.
14. Логика в деловой беседе.
15. Восприятие и понимание партнера в общении.

### 4. Тематика контрольных работ

1. Сущность и особенности делового общения.

2. Основные этапы делового общения.
3. Средства делового общения.
4. Классификация невербальных средств делового общения.
5. Значение и виды жестов в деловом общении.
6. Понятие и отличительные особенности деловых переговоров.
7. Виды переговоров.
8. Основные методы подготовки к переговорам.
9. Основные этапы переговорного процесса.
10. Особенности проведения переговоров по экспорту и импорту.
11. Понятие и виды протокола.
12. Разработка и подготовка программы пребывания зарубежных партнеров.
13. Система подготовки деловой беседы.
14. Составные части делового этикета.
15. Понятие и виды конфликтов в деловых отношениях.
16. Особенности и причины основных видов конфликтов.
17. Стили конфликтного поведения.
18. Пути преодоления конфликтов.
19. Основные этапы разрешения конфликтов.
20. Особенности межгруппового и межличностного конфликтов.

## 5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В процессе изучения дисциплины используются следующие образовательные технологии.

Распределение образовательных технологий по темам дисциплины

№ п/п	Раздел дисциплины	Трудоемкость в часах	Образовательные технологии (интерактивные формы)					Общее количество
			Брифинг-группы и дискуссии	Метод заданий	Метод кейсов	Метод дебатов	Презентации	
1.	1. Предмет, основные категории и задачи психологии и этики делового общения. Функции общения.	3				1		1
2.	2. Стороны общения	3					1	1
3.	3. Виды общения.	3	1					1
4.	4. Деловое общение	3			1			1
5.	5. Организация и проведение деловых бесед	4		1				1
6.	6. Организация и проведение презентаций	4		1			1	2
7.	7. Организация и проведение совещаний	3		1		1		2
8.	8. Организация и проведение	5		1		1		2

	переговоров							
9.	9. Конфликты в деловом общении	6		1				1
10.	10. Деловая этика и деловой этикет	3		1				1
	Итого	37	1	6	1	3	2	13

## **6. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ**

### **Текущий контроль успеваемости**

**Предполагает тестирование по разработанным тестам, предполагающим несколько вариантов ответов, например:**

1. Вам предстоит вести совещание. Все участники собрались, пора начинать. Что Вы делаете?

Встаю и приветствую собравшихся

Сразу приступаю к конкретному вопросу

Зависит от обстановки

2. Каких сотрудников Вам приятнее видеть на совещании?

Тех, кто понимающе помалкивает

Тех, на чью поддержку я могу рассчитывать

Тех, кто критически оценивает каждое предложение

3. Ваша типичная реакция на ошибки и неловкости сотрудников?

Строго указываю на ошибку, требую ее исправить

Делаю вид, что не замечаю ошибки

Обсуждаю возникшую ситуацию с целью найти оптимальный выход

4. Ваш собеседник высказал дельную мысль, но в резкой, некорректной форме. Ваша реакция?

Стараюсь сгладить ситуацию и сосредоточиться на существе вопроса

Отвергаю сказанное

Теряюсь, не зная, как поступить

5. Как вы поступите, если на совещании кто-то принимается говорить на неинтересную Вам тему?

Всё равно выслушаю в надежде услышать что-то дельное или хотя бы ради приличия

Могу повести себя по-разному, в зависимости от ситуации

Попробую прервать выступление или на время покину заседание

6. Готовитесь ли Вы заранее к совещаниям, планируя свою тактику?

Нет, обычно я импровизирую

Тщательно готовлюсь

Планирую только общие моменты

7. Считаете ли Вы, что руководитель должен вселять в подчиненных энтузиазм?

Безусловно, это одна из его важных задач  
Это далеко не главное в руководящей работе  
В некоторой степени должен

8. Может ли точка зрения кого-то из подчиненных повлиять на Ваше решение?

Вряд ли  
Иногда  
Естественно, учитываю все точки зрения при принятии решения

9. Допустимо ли обнаруживать перед коллегами незнание каких-то вопросов?

Затрудняюсь ответить  
Этого следует избегать  
В принципе, допустимо

10. Вспомните, на какой ноте Вы обычно заканчиваете деловое совещание?

Стараюсь всех приободрить  
Строго, деловито, мобилизующе  
По-разному, зависит от обстоятельств

## **ИТОГОВЫЙ КОНТРОЛЬ УСПЕВАЕМОСТИ**

### Вопросы к зачету

1. Сущность общения.
2. Формы влияния и контакта.
3. Средства и методы психологического воздействия.
4. Межличностные отношения в группе.
5. Сущность и основные этапы общения.
6. Виды и стратегии общения.
7. Сущность и особенности делового общения.
8. Деловое общение как взаимодействие.
9. Основные этапы делового общения.
10. Деловое общение как коммуникация.
11. Средства делового общения.
12. Классификация невербальных средств делового общения.
13. Кинесические средства.
14. Значение и виды жестов.
15. Правила слушания в деловом общении.
16. Деловое общение как акт передачи речевой информации.

17. Особенности телефонной беседы .
18. Понятие и отличительные особенности деловых переговоров.
19. Виды переговоров.
20. Основные методы подготовки к переговорам.
21. Проработка основного вопроса переговоров.
22. Основные этапы переговорного процесса.
23. Тактические методы переговоров.
24. Тактические приемы переговоров.
25. Система подготовки деловой беседы.
26. Цели и техника передачи информации в деловой беседе.
27. Техника и тактика аргументации в деловой беседе.
28. Тактические приемы начала и завершения деловой беседы.
29. Понятие и виды этикета.
30. Составные части делового этикета.
31. Понятие и виды конфликтов в деловых отношениях.
32. Особенности и причины основных видов конфликтов.
33. Стили конфликтного поведения.
34. Пути преодоления конфликтов.
35. Основные этапы разрешения конфликтов.
36. Особенности межгруппового и межличностного конфликтов.
37. Общие стадии протекания конфликта.

### **Критерии оценки знаний студентов**

Итоговая оценка знаний студента оценивается по системе зачет/незачет. Для студентов учитываются: выполнение самостоятельной работы, участие студента в обсуждении тем семинарских занятий, раскрытие вопросов экзаменационного билета. Если студент не выполнил самостоятельную работу, то зачет не ставится.

«Зачет»:

- материал усвоен в полном объеме, изложен логично, сделаны выводы, самостоятельная работа выполнена.

- в усвоении материала имеются некоторые пробелы, ответы на дополнительные вопросы недостаточно четкие.

«Незачет»:

- неполные ответы на вопросы, затруднения с ответом на дополнительные вопросы.

- самостоятельная работа не выполнена, ответы не раскрывают поставленные вопросы.

## **7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **1 Основная литература:**

1. Деловое общение. Деловой этикет: учеб. пособие / Авт. сост. И.Н. Кузнецов. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2008. – 431с (ЭБС уч. б-ка online)
2. Титова Л.Г. Деловое общение: учеб. пособие / Л.Г. Титова М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2008. – 431с (ЭБС уч. б-ка online)
3. Чернышова, Лидия Ивановна. Деловое общение [Электронный ресурс] : электрон. учеб. / Л. И. Чернышова. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2008. – 416с (ЭБС уч. б-ка online)

## 2 Дополнительная литература:

1. Ломова, Ольга Станиславовна. Деловое общение специалиста по рекламе: учеб. пособие : рек. УМО / О. С. Ломова. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2008. - 238 с.
2. Кибанов, Арнольд Яковлевич. Этика деловых отношений: учеб. : рек. Мин. обр. РФ / А.Я. Кибанов, Д.К. Захаров , В.Г. Коновалова. - 2-е изд.,испр. и доп. – М. : ИНФРА-М, 2009. – 424с.
3. Мунин А.Н. Деловое общение: курс лекций / А.Н. Мунин. – 2-е изд. – М. : Флинта, 2010. – 376 с. (ЭБС уч. б-ка online)
4. Петрова Ю.А. Культура и стиль делового общения: учебно – практическое пособие. – М. : ГроссМедиа, 2007. – 190 с (ЭБС уч. б-ка online)
5. Титова, Лариса Григорьевна. Технологии делового общения: учеб. пособие : рек. УМО / Л. Г. Титова. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2008. - 240 с. (ЭБС уч. б-ка online)
6. Юнг, Анна Владимировна. Деловое письмо на английском языке: традиционный и когнитивный аспекты его изучения: моногр. / А. В. Юнг ; АмГУ, ФФ. - Благовещенск : Изд-во Амур. гос. ун-та, 2011. - 120 с.

### **Периодические издания:**

Менеджмент в России и за рубежом, Консультант директора, Проблемы теории и практики управления, Управление персоналом, Маркетинг в России и за рубежом.

### **Программное обеспечение и Интернет-ресурсы**

<b>Наименование ресурса</b>	<b>Краткая характеристика</b>
Консультант-плюс	Справочно-правовая система. Содержит законодательную базу, нормативно-правовое обеспечение, статьи
Гарант	Справочно-правовая система. Содержит законодательную базу, нормативно-правовое обеспечение, статьи

www.amurobl.ru	Правительство Амурской области. Раздел «Экономика и финансы» содержит информацию о страховой отрасли.
www.gks.ru	Сайт Федеральной службы государственной статистики. Раздел Финансы содержит статистическую информацию о состоянии финансового рынка, в частности, о деятельности организаций разных отраслей
<a href="http://www.biblioclub.ru">www.biblioclub.ru</a> ЭБС «Университетская библиотека»	ЭБС по тематике охватывает всю область гуманитарных знаний и предназначена для обучения в высшей школе

## **8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

Оргтехника (персональные компьютеры, принтеры, сканеры, мультимедиа аппаратура), имеющаяся на кафедре используется для проведения лекционных и практических занятий.

К программному обеспечению, используемому для проведения занятий относится: Windows, Microsoft Office.

## **9. Методические указания к изучению дисциплины**

Деловое общение (или коммуникация - «communication») как общественно значимая деятельность человека принимает в современных условиях развития цивилизации интеграционный, междисциплинарный и координационный характер. *«Деловой человек... - это не только бизнесмен или, скажем, делопроизводитель, это не только профессиональная характеристика человека. Деловой человек — противоположность мечтателя, человека непрактичного. Деловые качества связаны с социальным поведением человека. Деловыми людьми мы являемся тогда, когда в социальных условиях ставим перед собой ясно осознаваемые, практически выполнимые задачи и стараемся разрешить их рациональным, разумным путем. (Так называется целе-рациональное поведение.) В*



*подобных социальных условиях человек действует на работе, в учебе, при установлении деловых контактов, например, в процессе купли или продажи, во время публичных выступлений, презентаций»<sup>1</sup>* Требования к профессиональным коммуникативным навыкам диктуются прагматическим интересом, который мало зависит от сферы деятельности (политики, бизнеса, социальной, научной деятельности). Специалист в сфере финансов с блестящими экономическими знаниями и навыками может стать прекрасным бухгалтером, но без понимания законов профессионального взаимодействия, вряд ли, крупным финансистом. Известный российский маркетолог, сопresident BBDO Marketing Игорь Лутц рассматривает умение ориентироваться в законах коммуникации как залог профессионального успеха: *«...обучение в Строгановке. Людей учат рисунку, композиции, живописи, дизайну. Но абсолютно не учат искусству коммуникации. Что это? Почему так? Строгановка – вуз, где готовят дизайнеров. Но что такое дизайн сегодня? Давайте называть вещи своими именами: это способ коммуникации с потребителем через продукт, материал, конструкцию, внешний вид, упаковку. Дизайн – коммерческая деятельность, а не концептуальное искусство. Именно такой подход востребован. Звучит цинично, но это реальность»<sup>2</sup>*

Так выглядит практический взгляд на проблему коммуникации. Но в современных условиях изменяются требования и к методологии образовательной деятельности, когда теоретический набор знаний должен объединяться общим мировоззренческим уровнем специалиста. Практика показывает, что подавляющее большинство студентов первого курса не видит различий между понятиями «этика деловых отношений» и «деловой этикет». К четвертому курсу ситуация меняется к лучшему лишь в 50%-ном соотношении. То есть, количество академических знаний не перерастает в

---

<sup>1</sup> Хазагеров Г.Г., Корнилова Е.Е. Риторика для делового человека: Учебное пособие. – 2-е изд. – М.: Флинта: Московский психолого-социальный институт, 2003. – 136 с. (с. 4)

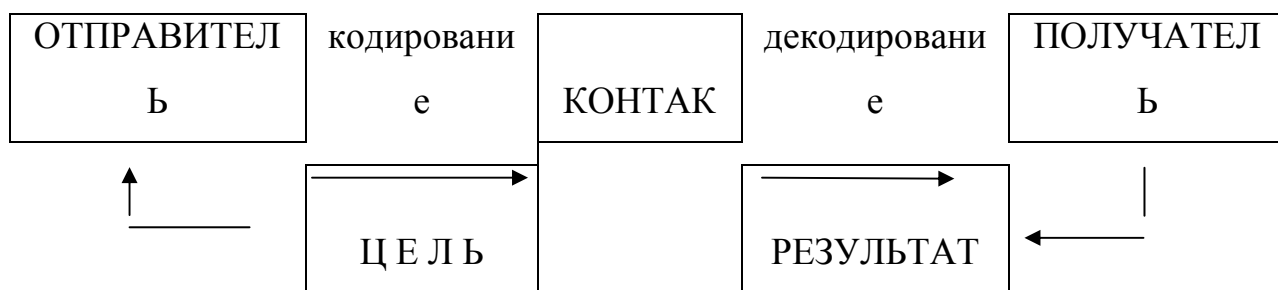
<sup>2</sup> Лутц И. Век живи, век учишь// Индустрия рекламы - №12 – 2003. – С.42-43

качество. Еще на стадии получения образования студенты должны научиться выявлять общественные закономерности и соотносить их с полученными знаниями. Поэтому многие учебные заведения ориентируются на переход от информационно-сообщающей методологии обучения к моделирующей, формирующей способность эффективно действовать в реальных ситуациях.

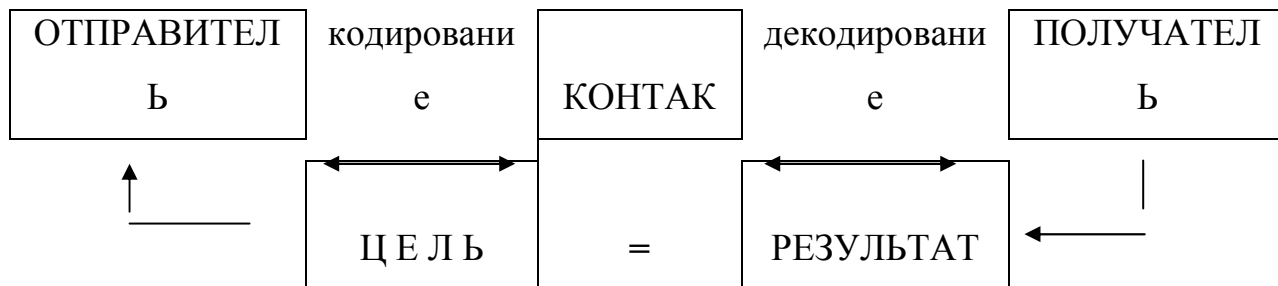
Данные материалы для самостоятельной научной работы студентов представляют курс «Деловое общение» со структурно-функциональной точки зрения. Такой подход позволяет решать ряд образовательных и развивающих задач. Во-первых, структурный анализ делового взаимодействия позволяет представить коммуникативную сферу деятельности специалиста в полной мере и с различных позиций, т.е. рассматривать законы профессионального успеха комплексно. Во-вторых, применение структурно-функциональной модели курса позволяет вырабатывать навыки анализа и синтеза – важнейших форм познавательного процесса. В-третьих, структурирование делового общения как научной проблемы помогает вовлекать студентов в самостоятельную научную работу, используя реальный или воображаемый опыт деловой коммуникации. В-четвертых, в процессе работы над структурно-функциональной моделью приобретаются навыки эмпирического описания и функционального обобщения.

Работа по моделированию курса начинается со сравнительного анализа бытового взаимодействия и делового:

#### *Схема бытового взаимодействия*



#### *Схема делового взаимодействия*



В результате сравнительно анализа определяется ряд различий: в бытовом взаимодействии коммуникативная цель может не совпадать с полученным результатом, в то время как в процессе делового взаимодействия такое несоответствие свидетельствует о неэффективности самого процесса или выбранных методов и форм общения; в быту процесс передачи информации, эмоций, конкретных действий может быть однонаправленным, а в профессиональной среде этот процесс всегда диалогичен (и даже полилогичен), при этом каждый из участников коммуникации стремится к достижению собственных целей, применяя различные способы воздействия на партнера. Отметим, что деловая коммуникация всегда обусловлена какой-либо предметно-целевой деятельностью и сопровождается рядом обязательных для соблюдения условий: соблюдение формально-ролевых принципов, взаимозависимость всех участников, коммуникативный контроль, формальные ограничения, тяготение к стандартизации форм.

В ходе рассмотрения особенностей деловой коммуникации выделяем ее основные функции: 1) собственно целевую (или предметно-целевую); 2) коммуникативную; 3) волюнтаривную (функцию воздействия).

**Собственно целевая функция** начинает реализовываться уже в момент возникновения интереса к какому-либо делу у одного из потенциальных партнеров и является ядром делового общения на протяжении всего контактирования. При этом целевая сущность в процессе общения может развиваться, дополняться новыми задачами, менять предмет деятельности. После полного завершения делового общения партнеры могут прекратить все отношения или же сохранить их на неформальном уровне. В этом случае

целевая функция характеризуется законченностью, в отличие от функции коммуникативной.

**Коммуникативная функция** реализуется в виде специфического обмена информацией, процесса передачи эмоционального и интеллектуального содержания.

**Волюнтативная функция** аккумулирует поиск оптимальных средств воздействия посредством коммуникации для достижения поставленной цели.

Структурный подход к изучению курса «Деловое общение» позволяет сделать полный анализ коммуникативной сферы в деловой (предметной) среде. Следует отметить, что мы не выделяем структурные компоненты с точки зрения приоритетности, а рассматриваем их в едином контексте **достижения поставленной цели посредством коммуникации.** В этом случае мы максимально «разворачиваем» составляющие делового общения.

Итак, СТРУКТУРНАЯ МОДЕЛЬ ДЕЛОВОЙ КОММУНИКАЦИИ представляется следующим образом (некоторые аспекты предложены студентами РГТЭУ, слушающими курс «Деловое общение» по предлагаемой модели):

- **Технологический аспект.** Под этим углом зрения мы рассматриваем коммуникацию в рамках совокупности методов и процессов в обозначенной отрасли производства. Технологический аспект очерчивает ту сферу деятельности, в рамках которой возникают предметно-целевые интересы.
- **Ресурсный аспект** как неотъемлемая часть предметно-целевой деятельности позволяет участникам коммуникации оценить входящие ресурсы (трудовые, экономические, производственные и т.д.) и спрогнозировать степень реализации поставленной цели.
- **Управленческий аспект.** В данном случае мы имеем устоявшийся термин – менеджмент, который рассматривается как комплексное междисциплинарное управление. Здесь важно отметить, что умение

принимать управленческие решения является важной частью коммуникативного процесса.

- **Информационный аспект** раскрывает возможности маркетинговых наработок в определении предметно-целевой ниши и прогнозировании степени эффективности деловой коммуникации. Как отмечают специалисты в области менеджмента, один из факторов успешного производственного развития - «*информация, которая стала наиболее дефицитным ресурсом нашего времени*».<sup>3</sup>
- **Экономический аспект** определяет место предприятия (дела) в конкурентной среде и обеспечивает хозяйственную составляющую коммуникативного успеха.
- **Административно-правовой аспект** представляет правовое регулирование рыночных отношений, экономической деятельности, очерчивает правовые рамки делового взаимодействия.
- **Делопроизводственный аспект** включает в себя основы организации работы с документами, определяет правила ведения деловой (служебной) переписки, т.е. письменной формы деловой коммуникации. Делопроизводственный аспект является формальным показателем деловой коммуникации, выполняет фиксирующую функцию и подчинен административно-правовому аспекту.
- **Технический аспект**, как и делопроизводственный, не является смысловым, но позволяет рационально и эффективно организовывать процесс коммуникации при помощи современных технических средств.
- **Имиджевый аспект.** Имидж делового человека (здесь мы говорим об имидже в широком смысле слова, как о способе позиционирования) или предприятия в современных условиях – важный фактор успешной реализации коммуникативной стратегии.

---

<sup>3</sup> Лунев В.Л. Сравнительный менеджмент: Уч.пособие. – Новосибирск: НГАЭиУ, 2001. – С.11

- **Рекламный аспект** во многом реализует одну из функций деловой коммуникации – волюнтаристическую. Знание законов рекламирования, как и в имиджевом аспекте, позволяет грамотно регулировать деловую коммуникацию.
- **Психологический аспект.** Одной из задач современного хозяйственного взаимодействия является необходимость ориентации не только на результат, но и на людей, обеспечивающих этот результат. В основе любого контакта лежат механизмы психические, причем как рациональные, сознательные, так и «нерациональные», бессознательные. Рассмотрение делового общения под этим углом зрения позволяет овладеть инструментарием для регулирования индивидуальной и коллективной психологии.
- **Личностный аспект**, по сути, является составляющей психологического аспекта, но его самостоятельного выделения требует значимая роль каждого индивида со своими психологическими особенностями (темпераментом, волей, способностями).
- **Этический аспект** представляет нравственную философскую категорию в контексте деятельности человека. Определенные ценностные установки изначально закладываются в коммуникативный процесс. Проблемы этики мы можем рассматривать как с точки зрения личностной реализации, так и в рамках хозяйственной культуры. В современных условиях делового взаимодействия все большее значение приобретает корпоративная этика, являющаяся частью имиджа профессионального коллектива.
- **Этикетный аспект** – важная сторона профессионального поведения делового человека. Профессиональный этикет позволяет осуществлять ситуационный контроль и регулировать протокольные мероприятия.
- **Культурологический аспект.** Как правило, кодексы поведенческой культуры в профессиональной среде в целом едины, однако всегда обнаруживается и национальная специфика, которая формируется на

основе национальных культурных традиций, психологических особенностях нации, государственной законодательной базе. \*Здесь студенты предлагают дополнительно рассматривать **климатический аспект**, подчеркивающий влияние климатических условий на личностные характеристики деловых партнеров.

- **Научно-доказательный аспект** требует от специалиста применения научно-исследовательских знаний и навыков: постановки вопроса, научного исследования, выдвижения идеи, анализа и синтеза, классификации, нахождения закономерностей и логических связей, сравнения и т.д.
- **Инновационный аспект.** Поиск новых методов реализации поставленных задач требует умения нестандартно мыслить и принимать неординарные решения. От способности специалиста выдвигать и принимать инновационные программы зависит эффективность реализации поставленной цели.
- **Речевой аспект.** В общепринятый перечень требований, предъявляемых к выпускникам вузов, входят общеречевая грамотность и культура речи, навыки стилистического оформления устной и письменной речи, а также владения риторическими основами.
- **Корпоративный аспект.** Как отмечалось выше, корпоративная культура становится неотъемлемой частью делового взаимодействия. Здесь имеют место как стихийно сложившиеся отношения внутри коллектива, так и выработанные административно правила профессиональной коммуникации.
- **Трансляционный аспект.** Современные средства связи позволяют осуществлять широкомасштабное профессионально-личностное и производственное позиционирование. Умение организовывать профессиональную коммуникацию в рамках СМИ - полезные навыки делового человека.

- **Социальный аспект** очерчивает круг проблем, связанных с общественно значимой деятельностью человека, а также с «аудиторией влияния» профессиональной деятельности специалиста.
- **Ситуационный аспект** позволяет рассматривать формы деловой коммуникации, классифицированные в соответствии с ситуацией и аудиторией.
- **Политический аспект.** Данный аспект скорее носит неформальный характер. Однако взаимодействие бизнеса и политики очевидно, что позволяет рассматривать данный аспект в ряду других составляющих деловой коммуникации.

## **11.2. Национальная программа «Российская деловая культура»**

1. Главная цель разрабатываемой Национальной Программы "Российская деловая культура" - помощь отечественным предпринимателям в быстром овладении навыками современной деловой культуры и использовании отечественного и зарубежного опыта.
2. Научный руководитель разработки Программы - директор Центра социальных и психологических исследований Высшей школы международного бизнеса АНХ при Правительстве РФ, кандидат философских и доктор психологических наук, профессор П.Н.Шихирев.

Программа «Российская деловая культура» ни в коем случае не претендует на статус некоего нормативного документа. Национальная Программа "Российская деловая культура" - это



"план", "схема" действий, "чертёж" будущей конструкции, в данном случае - системы мероприятий, призванных способствовать целенаправленному и осознанному развитию российской деловой культуры. Структура и содержание Программы определяются общей сформулированной выше целью. За принятием Программы последовало широкое обсуждение полученных выводов заинтересованными лицами, принятие плана действий, его выполнение (с помощью как уже имеющихся, так и специально выработанных методов, средств и навыков) и, наконец, анализ полученных результатов.

#### 4. Раздел I. ОСНОВНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ ПРОГРАММЫ

##### §1. СОСТОЯНИЕ ПРОБЛЕМЫ

Современные внутренние и внешние экономические отношения России предъявляют повышенные требования к соблюдению общепринятых форм делового общения, этикета, этических норм. По свидетельству, как самих российских предпринимателей, так и их зарубежных партнеров, весьма часто нормы делового поведения, бытующие ныне в России, расходятся с общепринятыми в мире. Многие из аспектов современной российской деловой культуры не могли сформироваться в прежней системе, а складывались стихийно в процессе перестройки экономики. Несовпадение стандартов современной российской деловой культуры с общемировыми наносит ощутимый ущерб репутации российского бизнесмена. В будущем это может привести к созданию негативного стереотипа, опровергнуть который весьма трудно, если не приложить во время усилия по созданию позитивного облика российского предпринимателя.

Остановить развитие отрицательных тенденций возможно при условии совершенствования экономического законодательства, улучшения социально-политической обстановки, а также

целенаправленной разработки системы практических мероприятий по формированию надлежащей деловой культуры отечественных предпринимателей.

В настоящее время такая система практически отсутствует, и современную деловую культуру наши предприниматели усваивают ценой больших издержек, как материальных, так и морально-психологических. Средства массовой информации пока еще фрагментарно освещают вопросы деловой культуры; в сфере бизнес-образования почти нет комплексных курсов по деловой культуре; недостаточно учебных пособий, особенно отечественных, учитывающих российскую специфику: мало проводится профессиональных научных исследований, результаты которых можно было бы использовать для надежных и эффективных практических рекомендаций.

Таким образом, к настоящему времени сформировалась весьма актуальная потребность в изменении сложившейся ситуации. Деловая культура не может развиваться далее без целенаправленного, системного и научно обоснованного содействия.

## §2. ЦЕЛЬ ПРОГРАММЫ

Цель Программы состоит в том, чтобы, опираясь на собственный исторический опыт и опыт других стран, помочь отечественным предпринимателям быстрее овладеть современной деловой культурой, поставить её вровень с повсеместно признаваемым интеллектуальным и образовательным потенциалом России.

## 5. §3. ЗАДАЧИ ПРОГРАММЫ

- систематическое научное изучение состояния российской деловой культуры и тенденций её развития, как общих, так и региональных;

- обеспечение российских предпринимателей необходимой информацией о нормах делового поведения, принятых в международном деловом сообществе;
- обучение предпринимателей навыкам групповой работы, ведения переговоров, разрешения конфликтов;
- организация коллективных обсуждений ключевых проблем российской деловой культуры на национальном и международном уровне;
- целенаправленное формирование позитивного образа российского предпринимателя у российской и международной общественности.

#### §4. ОСНОВНЫЕ НАУЧНЫЕ МЕРОПРИЯТИЯ ПРОГРАММЫ

Систематическое научное изучение состояния российской деловой культуры и тенденций её развития предполагает:

- анализ российской деловой культуры и соотнесение российского опыта с международным;
- систематизацию и теоретическое обобщение результатов научных исследований;
- разработку и проверку на практике методов и методик исследования явлений деловой культуры;
- разработку программы комплексного систематического наблюдения за тенденциями развития российской деловой культуры.

#### §5. ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

Создание банка данных, содержащего:

- документы, включающие сведения о стандартах делового поведения;
- этические кодексы предпринимательской деятельности;
- библиографию основных научных работ;
- адреса исследовательских и научно-прикладных центров и учреждений;
- сведения о ведущих российских и зарубежных специалистах.

#### §6. ДЕЛОВОЕ ОБРАЗОВАНИЕ

Создание системы обучения деловой культуре:

- обоснование и разработка методик и программ, рассчитанных на различные группы потребителей;

- проведение курсов, семинаров по обучению преподавателей;
- создание и реализация плана издательской деятельности по выпуску популярной литературы по наиболее актуальным проблемам предпринимательства и деловой культуры, предназначенной для широкого круга читателей.

## §7. ФОРМИРОВАНИЕ ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ

Разработка совместно со средствами массовой коммуникации плана совместной деятельности по созданию публикаций и телевизионных передач, задачей которых должна быть популяризация идеи национальной программы.

## §8. МЕХАНИЗМ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ

Для выполнения намеченных задач предполагается использовать систему Торгово-промышленной палаты Российской Федерации и объединений предпринимателей. Базу составят Центры российской деловой культуры - главные элементы национальной системы развития деловой культуры, функционирующие при региональных торгово-промышленных палатах.

- Создан Национальный Фонд "Российская деловая культура", который осуществляет общую координацию деятельности региональных ТПП и других потенциальных участников программы;

- устанавливает рабочие контакты с отечественными и зарубежными фондами, центрами, учреждениями, частными лицами, заинтересованными в оказании материальной, моральной и информационной помощи в реализации

Программы:

- проводит встречи и конференции;
- осуществляет координацию плана мероприятий Программы с другими федеральными программами в области развития предпринимательства.

## §9. РЕСУРСНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРОГРАММЫ

Основные источники финансирования программы:

- средства Федеральных программ по развитию предпринимательства;

- взносы и поддержка учредителей Национального Фонда "Российская деловая культура";
- издательская и педагогическая деятельность Фонда:
- средства, привлеченные из международных фондов и организаций:
- помощь предпринимателей и коммерческих организаций.

## §10. ОЦЕНКА ОЖИДАЕМОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ

Программа относится к тому классу социальных программ, эффективность которых не может быть достаточно точно и надежно рассчитана в финансовых показателях. Последствия ее реализации неизбежно отсрочены во времени и действуют в совокупности с другими, социально-экономическими, политическими и т.п. факторами. Однако, как свидетельствует исторический опыт России и опыт таких стран как США и Япония, средства, вложенные в развитие деловой культуры, несомненно, благотворно влияют на улучшение общей социально-экономической атмосферы и тем самым - на развитие экономики как конкретной страны, так и мировой экономики в целом. Вместе с тем, можно достаточно уверенно прогнозировать рост числа предпринимателей, информированных о тенденциях развития деловой культуры, принятых нормах цивилизованного бизнеса и готовых им следовать. Мероприятия, проводимые в рамках Программы, будут также способствовать повышению уровня самосознания предпринимателей, укреплению у них чувства гражданской ответственности, улучшению их взаимопонимания с обществом. Кроме того, по ходу реализации Программы в отдельных случаях будет возможно подсчитать материальный положительный эффект в результате проведения того или иного мероприятия, или отрицательный - в случае отказа от него.

## §11. ЭТИЧЕСКИЙ КОДЕКС РОССИЙСКОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Говоря о морально-этических проблемах, возникающих в процессе экономической деятельности ведущих стран, можно выделить шесть

крупных областей, где эти проблемы возникают. Это - отношение к природе; отношение к качеству продукции; отношение к персоналу (рабочим и сотрудникам); отношение к социальным проблемам; отношение к глобальным проблемам и, наконец, отношение к своим партнёрам по деловому общению (клиентам, поставщикам и т.п.). В последнее время на первый план выходят интересы и ценностные ориентации основных инвесторов и ключевых партнеров. Исследование этических кодексов 116 ведущих корпораций США показывает, что первые три позиции (по объёму текста и вниманию, уделяемому проблеме) в кодексах заняли: а) отношения с правительством (чиновниками и законами); б) отношения с поставщиками и клиентами; в) отношения внутри организации (между сотрудниками, как одного уровня), так и взаимоотношения между вышестоящими и нижестоящими.

#### О ХОДЕ РЕАЛИЗАЦИИ НАЦИОНАЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ «РОССИЙСКАЯ ДЕЛОВАЯ КУЛЬТУРА»

В настоящее время российское деловое сообщество стоит перед историческим выбором: решительно, последовательно и осознанно двинуться вперед - к цивилизованным формам деловых отношений, социально ответственному, этически развитому бизнесу, или быть отброшенным еще больше назад - к традициям «дикого капитализма».

Из этого вытекает важность работы по реализации Национальной программы «Российская деловая культура», главной целью которой является помощь отечественному бизнесу (да и власти тоже) в овладении навыками современной деловой этики, используя зарубежный и отечественный опыт.

За 5 лет своего существования Национальный фонд «Российская деловая культура», который был создан специально для реализации программы «Российская деловая культура», начал разработку темы деловой этики и репутации предпринимательских и властных структур практически «с нуля».

**За это время:**

- 1) проведена серьезная научно-аналитическая работа (исследованы исторические этапы развития деловой культуры; изучен большой международный опыт; собраны все основные учебные программы; определены перспективы развития российской деловой культуры);
- 2) составлен перечень и установлены связи с основными международными центрами и организациями в области деловой культуры;
- 3) собраны различные профессиональные этические кодексы (как российские, так и зарубежные); разработаны Этические принципы ведения дел в России;
- 4) подготовлены рекомендации «Принципов»:
  - государству;
  - средствам массовой информации;
  - объединениям предпринимателей;
  - учреждениям бизнес-образования.
  - весь этот материал изложен в 2-х брошюрах, изданных ТПП РФ в 1998 году, а в августе 1999 года в издательстве «Финансы и статистика» вышла книга в качестве первого учебного пособия «Этические принципы ведения дел в России»;
- 5) зарегистрирован журнал «Дороже денег», который должен стать информационным рупором Национальной программы «Российская деловая культура»;
- 6) все материалы неоднократно обсуждались на различных «круглых столах», совещаниях, ежегодных масштабных международных конференциях.

**Работа по деловой культуре получила международную поддержку:**

- на Всемирных совещаниях по антикоррупционной деятельности, которые были организованы в 1999 и 2000 году Организацией экономического сотрудничества и развития (ОЕСО);

□ на семинаре в Великом Новгороде, который проводился ОЕСО в 1999 году, «Частный сектор в Российской Федерации: снижение административных барьеров и создание благоприятной среды развития». Ключевые моменты этого семинара -упорядочение системы государственного администрирования и внедрение норм деловой этики в предпринимательскую практику.

Несколько лет назад по линии Национальной программы «Российская деловая культура» началась активная работа с Министерством торговли США. В результате этой совместной деятельности специалистами Министерства торговли США, ТПП РФ и национального фонда «Российская деловая культура» были разработаны Основы кодекса делового поведения, в значительной степени отражающие идеи, выдвинутые российскими и американскими организациями и предприятиями в ходе дискуссий и обсуждений, состоявшихся в России и Соединенных штатах.

Цель разработанных Основ кодекса состоит в том, чтобы сформулировать общие положения и нормы, принятые в международных деловых контактах. Эти положения не претендуют на то, чтобы быть всеобъемлющей системой деловой практики и корпоративных норм. Основы кодекса делового поведения должны дополняться применительно к каждой отдельной отрасли или предприятию.

Сейчас в России уже созданы условия для развития этической инициативы в регионах. Яркое тому свидетельство - ежегодные международные конференции по деловой культуре:

- в 1999 году - «Деловая культура - ресурс развития национальной и мировой экономики»;
- в 2000 году - «Бизнес и культура Мира: репутация отечественного предпринимательства и образ России в III тысячелетии»;
- в 2001 году - «Репутация бизнеса и власти в обществе». Организаторами конференции выступили ТПП РФ, Национальный фонд «Российская деловая культура», Сибирско-Уральский алюминиевый холдинг и Министерство



торговли США.

Стержнем дискуссий и «круглых столов» на конференции были вопросы деловой репутации, и рассматривались различные факторы, влияющие на формирование позитивной репутации. Поэтому значительное время на конференции было уделено обсуждению вопросов деловой этики. С огромным интересом участники конференции из 29 регионов России ознакомились с практикой системы деловой этики на американском предприятии OTIS-Elevator.

В июне 2003 г. планируется проведение IV международной конференции: «Корпоративная культура: диагностика, внедрение, управление».

Постоянный интерес к реализации Программы проявляют зарубежные организации:

□ ЮНЕСКО, фонд «Евразия», CIPRE;

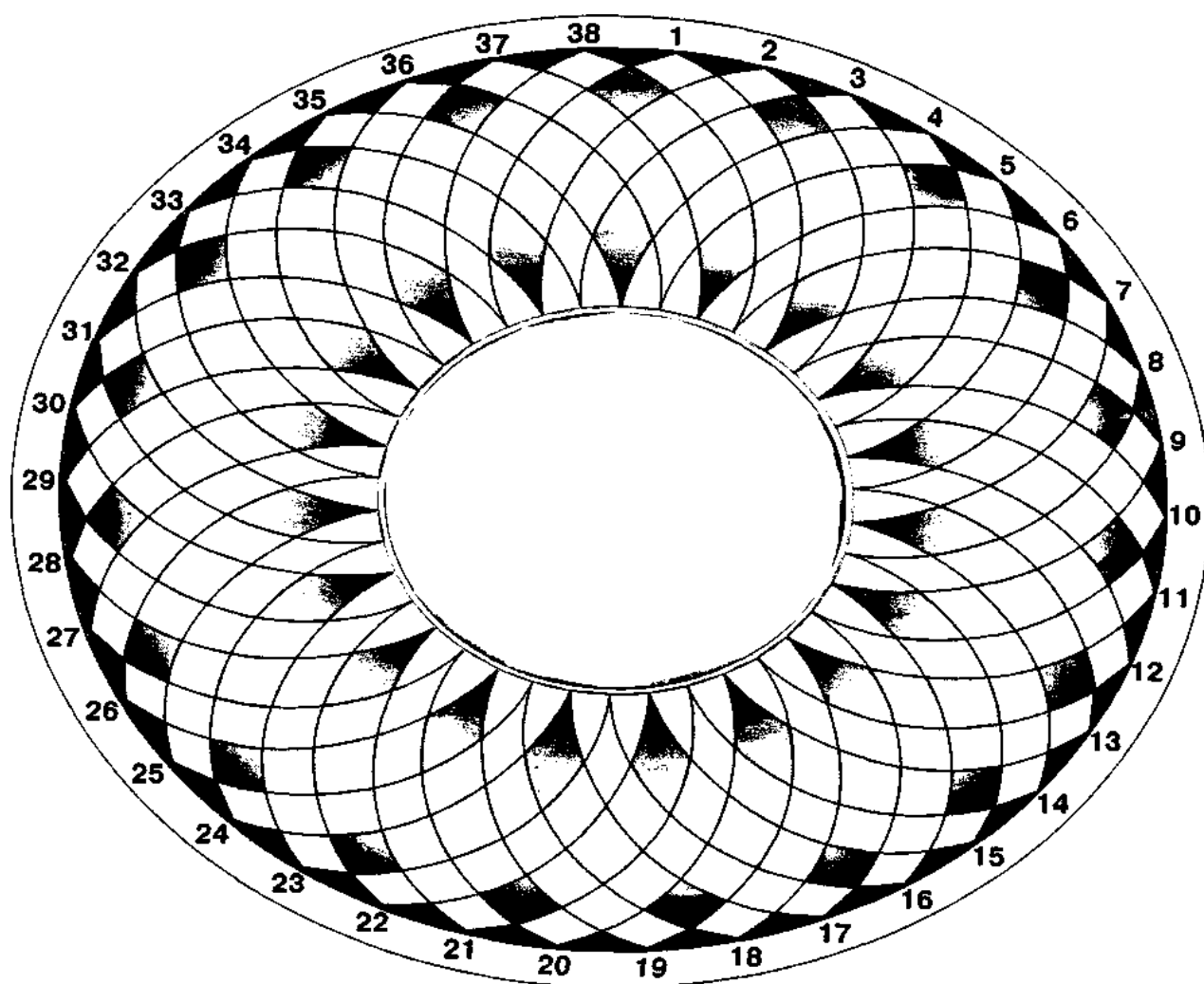
□ Министерство торговли США, которое выделило в 2001 году 25000 долларов на частичную оплату расходов Международной конференции «Репутация бизнеса и власти в обществе», проведенной 6-18 июля 2001 года по маршруту Москва - Санкт-Петербург - Петрозаводск - Москва.

По инициативе Фонда в настоящее время разработана Программа подготовки и внедрения кодексов деловой этики в организациях, которая включает в себя выяснение целей создания системы этического контроля в организации, диагностику сложившейся в ней организационной культуры, разработку Кодекса деловой этики, механизмы, этапы и ресурсы его внедрения.

Работа по созданию системы деловой этики в России проводится под патронатом Комитета ТПП РФ по деловой этике, решение о создании которой принято на Правлении ТПП РФ 24 апреля 2001 года. В состав Комитета вошли специалисты в сфере корпоративной культуры, управления человеческими ресурсами, представители сферы бизнес-образования. В настоящее время к участию в его работе привлекаются представители деловых кругов.

Активный интерес к участию в работе комитета проявили такие крупные предпринимательские структуры, как «СУАЛ-Холдинг», «Нижнекамскнефтехим», «Норильский никель», «Русский алюминий», ИБГ «Никоил» и другие.

### 10.3. КРОССОРД «БИЗНЕС»



1. Оценка, отнесение к классу, разряду или категории. 2. Торговля, коммерческая сделка (устар.). 3. Выпуск денежных знаков и ценных бумаг в обращение (продажу). 4. Субъект, осуществляющий выпуск денежных знаков и ценных бумаг. 5. Письменное долговое обязательство. 6. «... нон грата» (дипломатической термин). 7. Решительное возражение, заявление о несогласии с чем-нибудь. 8. Авторитет, особая значимость, влияние. 9. Предприятие торговли. 10, 25. Формы экономического объединения предприятий. 11. Торговая марка зарубежной бытовой техники. 12. Посредническая банковская операция. 13. Греческий основатель производства коньяка. 14. Город-музей в Италии, крупный туристический центр. 15.

Финансовая помощь государства предприятиям, учреждениям. 16. Римский поэт, автор афоризмов «Лови момент», «Золотая середина». 17. Член правительства. 18. Экономический ежемесячный журнал. 19. Необычное, исключительное явление. 20. Убыток, превышение расходов над доходами. 21. Подпольный миллионер из романа «Золотой теленок». 22. Сплоченная группа людей, соратников (перен.). 23. Невоспитанность, дурной тон (фр.). 24. Английская золотая монета. 26. Когда-то она чеканилась из серебра, потому что рубль берегла. 27. Должностное лицо финансовых структур. 28. Публичная продажа товаров «с молотка». 29. Стоимость, приносящая предпринимателю прибавочную стоимость. 30. Модель «Опеля». 31. Министр труда и социального развития России в 2005 году. 32. Видеоконтрольное устройство (в офисах, торговых точках и т. п.). 33. Бриллиант, вправленный в ювелирное изделие отдельно, без других камней. 34. нарицательная стоимость ценных бумаг. 35. Проверка деятельности АО, предприятий, должностных лиц. 36. Должник в договоре или в ином обязательстве. 37. Учреждение, контролирующее провоз грузов через границу. 38. Соотношение между денежными единицами различных стран. (Ответы на кроссворд)\*

---

**\*ОТВЕТЫ НА КРОССВОРД:** 1. Рейтинг 2. Негоция 3. Эмиссия 4. Эмитент 5. Вексель 6. Персона 7. Протест 8. Престиж 9. Магазин 10. Картель 11. «Индезит» 12. Инкассо 13. Метакса 14. Венеция 15. Дотация 16. Гораций 17. Министр 18. «Финансы» 19. Феномен 20. Дефицит 21. Корейко 22. Когорта 23. Моветон 24. Соверен 25. Концерн 26. Копейка 27. Аудитор 28. Аукцион 29. Капитал 30. Калибра» 31. Починок 32. Монитор 33. Солитер 34. Номинал 35. Ревизия 36. Дебитор 37. Таможня 38. Паритет