

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ВОЗДУШНОГО ТРАНСПОРТА
(РОСАВИАЦИЯ)
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ГРАЖДАНСКОЙ
АВИАЦИИ»**

Кафедра философии и социальных коммуникаций

ДЕЛОВАЯ ЭТИКА И ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ СТАНДАРТЫ

**Учебно-методическое пособие
для студентов Гуманитарного факультета
Направление подготовки: «Реклама и связи с общественностью»**

**Санкт - Петербург
2017**

Одобрено и рекомендовано к изданию
Учебно-методическим советом Университета

Щербина И.А. **Деловая этика и профессиональные стандарты**: учебно-методическое пособие [Текст] / И.А. Щербина – СПб.: Изд-во «КультИнформПресс», 2017. – 14 с.

Рецензенты: М.Н. Майор, кандидат философских наук, доцент
С.Я. Ягубова, кандидат философских наук, доцент

Учебно-методическое пособие издается в соответствии с программой курса «Деловая этика и профессиональные стандарты». Пособие содержит программу лекционного курса, вопросы по темам практических занятий и литературу для их подготовки, примерный перечень вопросов для экзамена. В пособии даны рекомендации по организации самостоятельной работы студентов. Учебно-методическое пособие составлено в соответствии с государственным стандартом по дисциплине «Деловая этика и профессиональные стандарты» и предназначено для студентов всех форм обучения СПб ГУГА.

© Щербина И.А. текст, 2017

© Изд-во «КультИнформПресс», 2017

Целью дисциплины «Деловая этика и профессиональные стандарты» являются формирование у студентов знаний об этике деловых отношений; формирование умения ориентироваться в основных этических категориях, значимых для будущих специалистов в области рекламы и связей с общественностью; становление навыков применять данные знания в профессиональной деятельности.

Для достижения поставленной целей в рамках дисциплины решаются следующие задачи: выработать у студентов навыки профессиональной культуры и делового общения; развить у студентов критическое нравственное самосознание, уважение к своему и чужому достоинству, к чужим интересам и духовному миру; привить студентам потребность систематического нравственного самовоспитания; сформировать у студентов способность и умение применять этические и этикетные нормы для совершенствования своего профессионального мастерства.

Дисциплина (модуль) обеспечивает подготовку выпускника к коммуникационной и рекламно-информационной, рыночно-исследовательской и прогнозно-аналитической видам профессиональной деятельности

ПРОГРАММА ЛЕКЦИОННОГО КУРСА

Тема 1. Предмет и проблематика этики

Понятие и предмет этики. Мораль и нравственность. Теоретическая, нормативная и прикладная этика. Место этики в системе гуманитарного знания.

Этика как древнейшая наука, часть философии; круг ее вечных проблем. Изменение предмета этики в различные эпохи и ее значение. Роль этического знания, нравственного просвещения и этического воспитания в становлении нравственного самосознания личности.

Взаимосвязь нравственного сознания и нравственного поведения личности. Этика как философия морали.

Социально-экономические и духовные предпосылки появления этики. Этико-философские системы Древней Индии. Этические учения Древнего Китая. Античная этика как учение о добродетелях. Античные этические учения: релятивизм, эвдемонизм, рационализм, гедонизм и аскетизм. Христианская этика. Гуманистическая этика эпохи Возрождения. Моральная философия Нового времени. Этическое учение И. Канта. Этические воззрения представителей русской религиозной философии. Основные направления в развитии этической мысли XX века. Необходимость перехода к гуманистической этике будущего.

Тема 2. Мораль и нравственность как принципы жизнедеятельности людей

Понятие морали и ее связь с другими формами общественного сознания. Императивность, нормативность и оценочность морали. Моральное сознание и моральная практика. Моральные принципы, нормы, ценности и идеалы. Религиозная, натуралистическая (эволюционистская),

социологизаторская и культурологическая концепции происхождения морали. Историческое развитие морали. Основные тенденции развития морали на современном этапе. Моральный облик специалиста в сфере рекламы и связей с общественностью.

Тема 3. Основные категории морали

Основные этические категории (нравственные понятия), их историческое и общечеловеческое содержание, их взаимосвязь и важнейшая роль в формировании нравственного сознания. Добро и зло в истории этических учений: гедонизм, утилитаризм, христианство, гуманизм о сущности добра и зла, их место в формировании личности, в оценке намерений и поступков людей. Справедливость как этическая категория. Многоаспектность этого понятия. Моральный аспект справедливости и несправедливости. Справедливость как моральная оценка и как критерий; справедливость как равенство в претензиях и как воздаяние за нанесенную обиду. Противоречивость различных аспектов справедливости. Справедливость как основа закона; ее связь с другими нравственными понятиями. Долг как этическая категория; представления о долге в истории этических учений: долг стоиков, долг Конфуция, долг в этике И.Канта. Связь понятия долга с понятиями добра и зла, справедливости, ответственности и др. Долг как необходимый элемент нравственного сознания личности, как «внутренний нравственный закон, императив» по И.Канту. Совесть как главное понятие нравственности личности, как внутренний критерий и самооценка самого себя, своих мыслей, чувств, намерений и поступков. Учение о совести в истории этики; совесть как центральный элемент индивидуального морального сознания и связанные с нею чувства стыда, вины, раскаяния, муки совести. Честь и достоинство как этические категории, выражающие нравственное самосознание личности. Честь как выражение общего признания заслуг личности, уважение к ней и связанное с ними чувство собственного достоинства. Уважение чужого достоинства – обязательная черта нравственно воспитанной личности как равной себе. Историческое и словесное изменение содержания понятий чести и достоинства (честь аристократа, рыцаря, дворянина, офицера, банкира, бизнесмена).

Категории смысл жизни и счастье – вечные нравственные вопросы человеческого бытия, связанные с жизненным мироощущением человека: пессимизм и оптимизм, гедонизм и эвдемонизм, светская гуманистическая этика и христианское мировоззрение о жизни, ее смысле и назначении человека. Способностью к самоорганизации и самообразованию.

Тема 4. Этико-психологические основы делового общения. Конфликтного нравственный аспект

Многогранность человеческого общения; деловое общение как разновидность общения. Профессиональная компетентность, знание психологических и нравственных факторов – важнейшие компоненты делового общения. Психологические основы общения: терпимость, сдержанность, умение учитывать психологию пола, возраста и национального темперамента. Умение слушать и слышать, самообладание, создание атмосферы доверия.

Нравственные основы общения: доброжелательность, терпение, уважительность,

32. Основные принципы делового этикета.
33. Этикет телефонного общения.
34. Правила деловой переписки.
35. Имидж делового человека.
36. Этикетные требования к проведению деловых встреч, бесед, переговоров.
37. Этикет решения спорных вопросов.
38. Культура делового партнерства. Бизнес-этикет.
39. Визитные карточки и правила обращения с ними.
40. Особенности делового этикета зарубежных стран (на выбор).

Примерный перечень вопросов для промежуточной аттестации

1. Понятие и предмет деловой этики. Золотое правило морали.
2. Добро и зло как исходные представления морального сознания.
3. Категории этики как регуляторы деятельности людей в сфере рекламы и связей с общественностью: долг, честь, совесть, ответственность.
4. Этика долга И. Канта и ее проявление в деловой культуре.
5. Этика современного общества. Нравственный прогресс: иллюзия или реальность?
6. Понятие, структура и функции морали.
7. Мораль как система принципов, норм и идеалов. Специфика морали в условиях становления и развития правового и демократического общества.
8. Основные концепции происхождения морали.
9. Мораль, этика и профессионализм как составляющие деловой культуры организации.
10. Нравственная культура профессионала в сфере рекламы и связей с общественностью.
11. Содержание профессиональных стандартов в сфере рекламы и связей с общественностью.
12. Коммуникативная культура работников специалистов по рекламе и связям с общественностью.
13. Невербальное общение и его роль в создании профессионального имиджа делового человека.
14. Способы предотвращения и разрешения конфликтов в организации.
15. Понятие, виды и функции корпоративной этики.
16. Этические проблемы корпоративных отношений.
17. Основные принципы этики бизнеса.
18. Социальная ответственность бизнеса перед обществом.
19. Этические правила взаимоотношений в трудовом коллективе предприятия.
20. Этика делового общения: руководитель – подчинённый, подчинённый – руководитель, между коллегами.
21. Этика служебной карьеры.
22. Моральный кодекс руководителя трудового коллектива.
23. Этико-профессиональное развитие персонала предприятия.
24. Понятие этикета и его виды. Взаимосвязь этики и этикета.
25. Принципы современного этикета.
26. Основные правила общегражданского этикета.
27. Этикет взаимных приветствий.
28. Знакомства, представления: общие правила.
29. Речевой этикет специалистов в области рекламы и связей с общественностью.
30. Правила поведения в общественных местах.
31. Культура поведения за столом.

понимание, чувство долга и ответственности, тактичность, вежливость и культура эмоций. Особенности общения мужчины и женщины в деловых отношениях; понимание естественных, природных и социокультурных различий, лежащих в основе психики и эмоционального мира мужчины и женщины. Уступчивость как форма делового контакта. Особенности общения людей разного возраста и служебного положения. Понятие и виды конфликтов. Нравственные требования к конфликтующим сторонам. Стратегии поведения в конфликте. Умение не доводить разногласия до конфликта. Умение уступить и извиниться – черты культурного человека. Способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия.

Тема 5. Понятие и формы делового общения

Общение как нравственная ценность. Коммуникативная, интерактивная и перцептивная стороны процесса общения. Вербальная и невербальная составляющие культуры общения. Специфика делового общения.

Коммуникативная культура специалиста в области рекламы и связей с общественностью. Требования, предъявляемые к речи. Приемы, направленные на развитие коммуникативных навыков. Приемы профессионального слушания.

Правила невербального делового общения. Поза, мимика, жесты, походка в профессиональной деятельности специалиста в области рекламы и связей с общественностью. Основные формы делового общения: деловая беседа, переговоры, совещания, споры, публичные выступления. Основные правила ведения деловой переписки. Реквизиты деловых писем. Особенности ведения деловых телефонных разговоров. Этикет обращения с визитными карточками. Правила сетевого этикета. Способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности

Тема 6. Теоретические основы этики деловых отношений. Нравственный кодекс бизнеса XXI века

Понятие, основные принципы и функции этики деловых отношений. Морально-психологический климат в организации. Этические нормы корпоративного поведения и общения между сотрудниками организации. Показатели неблагоприятного состояния этики деловых отношений и их профилактика. Этика служебной карьеры. Мужчина и женщина – правила общения и поведения на работе. Пути и методы влияния на трудовую этику и мораль подчиненных. Понятие и особенности этики бизнеса. Принципы этики бизнеса Л. Хосмера. Общие принципы принятия этических деловых решений. Этика конкуренции и делового партнерства. Этика и социальная ответственность специалиста в области рекламы и связей с общественностью. Этические традиции российских предпринимателей. Понятие управленческой этики. Основные

функции управления. Стили руководства. Этические нормы служебного поведения руководителя в отношениях с подчиненными, представителями внешней среды: конкурентами, поставщиками, общественностью и пр. Наиболее распространенные ошибки этического свойства в поведении руководителя. Практические рекомендации для руководителей.

Тема 7. Культура поведения. Этикет и имидж делового человека

Понятие, происхождение и нравственная основа этикета. Виды и функции этикета. Соотношение этики и этикета. Принципы современного этикета. Этикет в профессиональной деятельности специалистов по рекламе и связям с общественностью. Этикет приветствия и обращения. Представление при знакомстве. Правила поведения в общественных местах: на улице, в театре, в музее и др. Правила поведения на различных видах транспорта. Этикет особого случая: праздники, торжества и другие события. Понятие, особенности и функции делового этикета. Деловой этикет и деловой протокол. Деловой этикет в сфере связей с общественностью и рекламы. Понятие имиджа. Профессиональный и индивидуальный имидж. Искусство нравиться и вызывать доверие окружающих людей. Составляющие привлекательного имиджа. Внешний вид и манеры поведения делового человека. Внешний вид делового мужчины и женщины. Телесный имидж делового человека. Привычки, поза, жесты, мимика, походка. Модели поведения в сфере деловых отношений.

САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА СТУДЕНТОВ

Самостоятельная работа – это планируемая работа студентов, которая выполняется при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия.

Самостоятельная работа студента способствует развитию мышления, памяти и творческих способностей. Самостоятельная работа студентов занимает особое место среди иных видов учебной подготовки. Она включает в себя изучение трудов специалистов в области связей со СМИ, использование учебников и учебных пособий, хрестоматий и лекционных материалов, публикаций в журналах и т.п. с целью подготовки выступлений на практических занятиях. Опыт преподавания в вузе показывает, что без систематической и настойчивой самостоятельной работы студент не может глубоко усвоить программный материал. Продуктивная работа с литературой предполагает знакомство студентов с основными приемами работы с текстами, формами фиксации ее результатов.

Одним из условий успешного изучения какого-либо вопроса (темы) служит предварительное знакомство студентов со справочной литературой (энциклопедии, словари).

Самостоятельное изучение литературных источников с необходимостью предполагает использование различных видов записи:

Планов – наиболее кратких записей. Содержащих лишь перечень рассматриваемых вопросов;

Тезисов – изложение в сжатой повествовательной форме основных положений изучаемого материала;

Выписок - дословного воспроизведения отдельных наиболее важных положений;

Конспектов – наиболее совершенных форм записей, где излагаются в логической последовательности основные положения какого-либо источника.

Конспект объединяет в себе и план, и тезисы и выписки, он позволяет также выразить отношение того, кто конспектирует, к воспроизводимым положениям, раскрыть их методологическую и теоретическую значимость для изучаемого курса.

Рекомендуется конспектировать произведение после его прочтения целиком или по частям и вести запись своими словами. Прибегая, где это целесообразно, к прямому цитированию. Это позволяет сознательно применять аналитико-синтетический метод освоения материала.

Помощь студентам в их самостоятельном овладении материалом призваны оказать учебные лекции и практические занятия. Лектор стремиться раскрыть способы и методы освоения материала, дает рекомендации по изучению необходимой литературы.

Назовите основные функции и виды деловых совещаний.

Назовите основные правила ведения деловой переписки.

Назовите основные правила ведения деловых телефонных разговоров (звоните Вы и звонят Вам).

Назовите основные виды и функции визитных карточек. Как правильно с ними обращаться?

Назовите основные правила сетевого этикета.

Тема 6. Теоретические основы этики деловых отношений. Правственный кодекс бизнеса XXI века

Вопросы:

Что такое этика деловых отношений и в чем заключаются ее основные принципы?

Каковы основные функции корпоративной этики?

Назовите «12 принципов ведения дел в России».

В чем специфика внешней и внутренней корпоративной этики?

Что такое корпоративное общение и в чем его особенности?

Назовите этические нормы корпоративных отношений между руководителем и подчиненными.

Назовите этические нормы корпоративных отношений между коллегами.

Назовите этические проблемы служебной карьеры.

Тема 7. Культура поведения. Этикет и имидж делового человека

Вопросы:

Как соотносятся между собой понятия «этика» и «этикет»?

Назовите основные виды этикета.

Назовите функции современного этикета.

Каково значение повседневного этикета?

Каков основной порядок приветствия?

Как правильно вести себя на улице?

Каковы правила поведения в транспорте?

Как правильно вести себя в театре, музее, ресторане?

Какие виды деловых приемов Вам известны?

О чем не принято говорить за столом?

Обеспечение учебного процесса литературой осуществляется при посредстве учебных пособий:

а) основная литература:

Кафтан, В. В. Деловая этика : учебник и практикум для академического бакалавриата / В. В. Кафтан, Л. И. Чернышова. — М. : Издательство Юрайт, 2016. — 301 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-5604-7. — Режим доступа :www.biblio-online.ru/book/C194C8CF-871D-4A0B-BFBA-A15C65025A64.

Алексина, Т. А. Деловая этика : учебник для академического бакалавриата / Т. А. Алексина. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 384 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3861-6. — Режим доступа :www.biblio-online.ru/book/DA872F5E-8603-4323-BAB9-32B694FE5ED1.

б)дополнительная литература

Родыгина, Н. Ю. Этика деловых отношений : учебник и практикум для СПО / Н. Ю. Родыгина. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 430 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-05579-5. — Режим доступа :www.biblio-online.ru/book/A05A0140-88B7-482E-8922-993315600F46.

Спивак, В. А. Деловая этика : учебник и практикум для академического бакалавриата / В. А. Спивак. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 522 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-00847-0. — Режим доступа :www.biblio-online.ru/book/3888811F-9F1C-43C0-A4E2-4D0449841260.

ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАНЯТИЯ

Тема 1. Предмет и проблематика этики

Вопросы:

Кто ввел в научный оборот термин «этика»?

Что является объектом изучения этики?

В чем специфика этики деловых отношений?

Что понимали под добродетелью античные философы?

Каково соотношение добра и зла в христианстве?

Что такое гуманизм?

Что обозначает категорический императив?

Тема 2. Мораль и нравственность как принципы жизнедеятельности людей

Вопросы:

Что такое мораль и чем она отличается от нравственности?

Каковы основные концепции происхождения морали?

Какие моральные принципы Вы знаете?

В чем заключаются основные свойства и функции морали?

Чем моральное сознание отличается от нравственной практики?

В чем заключается золотое правило морали?

Тема 3. Основные категории морали

Вопросы:

Какие этические категории наиболее важны для специалистов в области рекламы и связей с общественностью?

Охарактеризуйте основные этические категории «добро» и «зло».

В чем смысл этических категорий «долг», «совесть», «ответственность», «честь», «достоинство»?

Тема 4. Этико-психологические основы делового общения. Конфликт и его нравственный аспект

Вопросы:

Чем деловое общение отличается от повседневного?

Назовите вербальные составляющие культуры общения.

Назовите невербальные составляющие культуры общения.

Назовите основные требования, предъявляемые к речи делового человека.

Назовите основные приемы профессионального слушания.

Каковы основные принципы взаимодействия с конфликтными людьми?

Какие стратегии поведения в конфликтной ситуации Вам известны?

Какие способы профилактики конфликтов Вам известны?

В чем заключается бесконфликтный стиль общения?

Что необходимо делать для недопущения и минимизации конфликтов в организации?

Тема 5. Понятие и формы делового общения

Вопросы:

Назовите особенности и функции делового общения.

Какие формы делового общения Вам известны?

Чем деловая беседа отличается от переговоров?

Каковы основные правила поведения на деловых переговорах?

Как этично спорить?