

ЛЬВІВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ФІЗИЧНОЇ КУЛЬТУРИ

Кафедра гуманітарних дисциплін

**Гузенко І. І.**

**МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ ДО ПРОВЕДЕННЯ  
СЕМІНАРСЬКИХ ЗАНЯТЬ  
з курсу «КУЛЬТУРА БІЗНЕСУ»**

**для студентів спеціальності:  
241 – «Готельно-ресторанна справа»**

**«ЗАТВЕРДЖЕНО»**  
на засіданні кафедри  
гуманітарних дисциплін  
«31» серпня 2018 р. протокол № 1

Зав.кафедри \_\_\_\_\_ проф. О. А. Полянський

**Розподіл годин згідно навчального плану**  
за спеціальністю: 241 – «Готельно-ресторанна справа»

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Історичний розвиток, сучасні напрями професійної культури бізнесу.	2
2	Норми поведінки у готельно-ресторанній сфері.	2
3	Типологія конфлікту. Правила запобігання конфлікту.	2
4	Стандарти етикету обслуговуючого персоналу.	2
5	Абстрактні типи поведінки у культурі бізнесу.	4
6	Значення і функції професійної невербальної комунікації.	2
7	Кодекс професійного спілкування.	2
<i>Всього</i>		<i>16</i>

## **Плани семінарських занять**

### **Тема 1. Історичний розвиток, сучасні напрями професійної культури бізнесу**

1. Культура бізнесу.
2. Загальна характеристика «етики» та «моралі» у культурі бізнесу.
3. Співвідношення моральних, релігійних та юридичних норм у бізнесовому середовищі.
4. Частка етики в духовній культурі ділової спільноти.
5. Професійна етика бізнесу і психологія.
6. Аспекти етики сервісу у бізнесі.

### **Теми рефератів**

1. У чому важливість і цінність діалогу в процесі ділового спілкування?
2. Витлумачте співвідношення понять «етика», «мораль», «моральність».
3. Мораль як форма суспільної свідомості.
4. Специфіка етичних і моральних почуттів.

### **Терміни для словника**

1. Авторитарний стиль.
2. Адресант.
3. Адресат.
4. Моральність.
5. Гідність.
6. Аналогія.
7. Мораль.
8. Артикуляція.
9. Честь.
10. Бізнес.
11. Ввічливість.
12. Вербальна комунікація.
13. Виразне читання.
14. Функції етики.
15. Візитівка.
16. Професійна етика.
17. Категорія.
18. Гуманізм.
19. Етика.

### **Література**

1. Андрєєва І. В. Етика ділових відносин / Андрєєва І. В. – Зб.: Вектор, 2006. – 160 с.
2. Ботавіна Р. Н. Етика ділових відносин: навч. посібн. / Ботавіна Р. Н. – М.: Фінанси і статистика, 2004. – 208 с.
3. Гах Й. М. Етика ділового спілкування: навч. посібн. / Гах Й. М. – К.: Центр навч. літератури, 2005. – 160 с.
4. Герасимчук А. А. Етика та етикет / Герасимчук А. А., Тимошенко О. І. – К.: ЄУ, 2006. – 350 с.
5. Герасимчук А. А., Тимошенко З. І., Шейко С. В. Філософські основи менеджменту і бізнесу: навч. посіб. – К., 2006. – 231 с.

6. Герчанівська П. Е. Культура управління: навч. посібн. / Герчанівська П. Е. – К.: Політехніка, 2005. – 152 с.
7. Етика: Навч. посібн. / В.О. Лозовой та ін. – К., 2004.
8. Концептуальні принципи формування стандартів сервісу в ресторанному бізнесі: монографія / Л. П. Малюк, Т. П. Кононенко, Н. В. Полстяна – Х.: ХДУХТ, 2011. – 73 с.
9. Мовчан В.С. Історія і теорія етики: Курс лекцій. – Львів, 2005.
10. Тофтул М. Г. Етика. – К., 2005.

## **Тема 2. Норми поведінки у готельно-ресторанній сфері**

1. Професійна етика у готельно-ресторанному бізнесі.
2. Світові традиції ділового етикету.
3. Корпоративна етика.
4. Етика управління.
5. Категорії етики, їх історичний вимір.
6. Добро і зло як головні етичні категорії у суспільному просторі.
7. Категорії етичного вибору, вчинку, моральної діяльності (норма, кодекс, звичай, традиція, принципи, ідеали).
8. Категорії на позначення етичних характеристик людини (совість, честь, гідність, справедливість).

### **Теми рефератів**

1. Охарактеризуйте найважливіші особливості категорій етики.
2. Як співвідносяться між собою моральні принципи та моральний ідеал?
3. Окресліть зміст вчинку в системі моральної діяльності людини.
4. Голос совісті у бізнесовій діяльності – це є голос власного «Я» чи й «інших Я»?

### **Терміни для словника**

1. Демагогія. 2. Демократичний стиль. 3. Дикція. 4. Дипломатичний протокол.
5. Дискусія. 6. Диспут. 7. Діалогічна мова. 8. Діловий етикет. 9. Діловий протокол. 10. Доведення. 11. Досвід роботи. 12. Досягнення. 13. Евристика.

14. Ділове спілкування. 15. Евфуїзм. 16. Справедливість. 17. Емоційно-комунікативна функція. 18. Емпатія. 19. Ерудиція. 20. Добро і зло.

### **Література**

1. Андреева І. В. Етика ділових відносин / Андреева І. В. – Зб.: Вектор, 2006. – 160 с.
2. Ботавіна Р. Н. Етика ділових відносин: навч. посібн. / Ботавіна Р. Н. – М.: Фінанси і статистика, 2004. – 208 с.
3. Гах Й. М. Етика ділового спілкування: навч. посібн. / Гах Й. М. – К.: Центр навч. літератури, 2005. – 160 с.
4. Герасимчук А. А. Етика та етикет / Герасимчук А. А., Тимошенко О. І. – К.: ЄУ, 2006. – 350 с.
5. Герасимчук А. А., Тимошенко З. І., Шейко С. В. Філософські основи менеджменту і бізнесу: навч. посіб. – К., 2006. – 231 с.
6. Герчанівська П. Е. Культура управління: навч. посібн. / Герчанівська П. Е. – К.: Політехніка, 2005. – 152 с.
7. Етика і естетика / За ред. В. Л. Петрушенка. Львів, ВНУ: Львівська політехніка, 2006. – С. 62-93.
8. Концептуальні принципи формування стандартів сервісу в ресторанному бізнесі: монографія / Л. П. Малюк, Т. П. Кононенко, Н. В. Полстяна – Х.: ХДУХТ, 2011. – 73 с.
9. Малахов В. А. Етика: Курс лекцій: Навч. посібн. Вид. 5-те. – К, 2004.

### **Тема 3. Типологія конфлікту. Правила запобігання конфлікту**

1. Ситуації у бізнесі: традиційні і конфліктні.
2. Конфлікт та морально-етичні аспекти його вирішення.
3. Ознаки аудиторії.
4. Етика комунікації та морально-психологічна складова.
5. Спілкування у сфері готельно-ресторанної справи.

### **Теми рефератів**

1. Поняття етикету, діловий етикет.
2. Моральні норми у сфері готельно-ресторанної справи.

3. Моральні вимоги у бізнес-відносинах.
4. Суспільний ідеал. Суспільна справедливість.

### **Терміни для словника**

1. Етика бізнесу.
2. Етика ділових відносин.
3. Етика.
4. Етикет.
5. Жестикуляція.
6. Ідеал.
7. Презентація.
8. Згода.
9. Імідж.
10. Імпровізація.
11. Індукція.
12. Інсайт.
13. Інтелігентність.
14. Інтоніяція.
15. Інформаційно-комунікативна функція.
16. Канцеляризми.
17. Комунікативна компетентність.
18. Каталог.
19. Кінесика.

### **Література**

1. Зусін В. Я. Етика та етикет ділового спілкування: навч. посібн. – 2-ге вид., перероб. і доп. / Зусін В. Я. – К.: Центр навч. літератури, 2005. – 224 с.
2. Калашник Г. М. Вступ до дипломатичного протоколу та ділового етикету: навч. посібн. / Калашник Г. М. – К.: Знання, 2007. – 143 с.
3. Кубрак О. В. Етика ділового та повсякденного спілкування: навч. посібн. / Кубрак О. В. – Суми: Університетська книга, 2002. – 288 с.
4. Малахов В. Г. Етика: курс лекцій. / Малахов В. Г. – К.: Либідь, 2000. – 304 с.
5. Малахов В. А. Етика. Курс лекцій: навч. посіб. – К., 2004. – 384 с.
6. Мартиненко М. М. Основи менеджменту: підручн. / Мартиненко М. М. – К.: Каравела, 2005. – 496 с.
7. Основи бізнесу: навч. посіб. / Ларіна Я. С., Мочерний С. В., Фомішина В. М., Чеботар С. І. – К.: Академія, 2009. – 384 с.
8. Палеха Ю. І. Ділова етика: навч.-методичний посібн. / Палеха Ю. І. – К.: ЄУФІМБ, 2000. – 250 с.
9. Палеха Ю. І. Етика ділових відносин: навч. посібн. / Палеха Ю. І. – К.: Кондор, 2008. – 356 с.

### **Тема 4. Стандарти етикету обслуговуючого персоналу**

1. Оцінка психологічної поведінки споживачів.
2. Професійний етикет у сфері обслуговування.
3. Культура спілкування в моральному вимірі.
4. Комунікативні моральні прикмети людини: чесноти і вади.

## **Теми рефератів**

1. Як ви визначите статус етики у культурі бізнесу.
2. Ваше розуміння практичної доцільності етичних норм.
3. Чому існує потреба не лише правової регуляції суспільних відносин?

## **Терміни для словника**

1. Комунікативна ситуація.
2. Комунікативний намір.
3. Конспект.
4. Контратака.
5. Конфлікт.
6. Лабільність.
7. Лаконізм.
8. Логічна побудова промови.
9. Логічність мовлення.
10. Маніпуляція.
11. Маніпулятор.
12. Міжособистісна комунікація.
13. Міжособистісне сприйняття.
14. Міміка.
15. Монолог.
16. Моральна діяльність.
17. Моральна практика.
18. Моральна самооцінка.
19. Принцип.

## **Література**

1. Андреева І. В. Етика ділових відносин / Андреева І. В. – Зб.: Вектор, 2006. – 160 с.
2. Ботавіна Р. Н. Етика ділових відносин: навч. посібн. / Ботавіна Р. Н. – М.: Фінанси і статистика, 2004. – 208 с.
3. Гах Й. М. Етика ділового спілкування: навч. посібн. / Гах Й. М. – К.: Центр навч. літератури, 2005. – 160 с.
4. Зусін В. Я. Етика та етикет ділового спілкування: навч. посібн. – 2-ге вид., перероб. і доп. / Зусін В. Я. – К.: Центр навч. літератури, 2005. – 224 с.
5. Концептуальні принципи формування стандартів сервісу в ресторанному бізнесі: монографія / Л. П. Малюк, Т. П. Кононенко, Н. В. Полстяна – Х.: ХДУХТ, 2011. – 73 с.
6. Основи бізнесу: навч. посіб. / Ларіна Я. С., Мочерний С. В., Фомішина В. М., Чеботар С. І. – К.: Академія, 2009. – 384 с.
7. Палеха Ю. І. Етика ділових відносин: навч. посібн. / Палеха Ю. І. – К.: Кондор, 2008. – 356 с.
8. Радченко С. Г. Етика бізнесу. Практикум: навч. посіб. – К., 2006. – 232 с.
9. Статінова Н. П. Етика бізнесу: навч. посібн. / Статінова Н. П., Радченко С. Г. – К.: КНТЕУ, 2001. – 280 с.

10. Чайка Г. Л. Культура ділового спілкування менеджера: навч. посібн. / Чайка Г. Л. – К.: Знання, 2005. – 442 с.

### **Тема 5. Абстрактні типи поведінки у культурі бізнесу**

1. Мовленнєвий етикет українського народу. Словесні формули ввічливості в системі українського мовленнєвого етикету.
2. Усне ділове спілкування.
3. Загальні вимоги до усного спілкування.
4. Телефонна розмова.
5. Публічний виступ.

### **Теми рефератів**

1. Розкрийте і порівняйте зміст понять «спілкування» і «комунікація».
2. Охарактеризуйте моральні засади спілкування.
3. Різновиди спілкування.
4. Основні шляхи вирішення морального конфлікту.
5. Компроміс і його практичні наслідки у подоланні конфліктів.

### **Терміни для словника**

1. Моральна справедливість.
2. Моральна якість.
3. Комунікант.
4. Моральний вибір.
5. Моральний вчинок.
6. Моральний ідеал.
7. Моральний намір.
8. Моральний самоконтроль.
9. Моральний сором.
10. Моральні відносини.
11. Моральні цінності.
12. Вербальні та невербальні засоби спілкування.
13. Мотивація.
14. Навіювання.
15. Наочність.
16. Настанова.
17. Настрій.
18. Натхнення.
19. Невербальна комунікація.
20. Опис.

### **Література**

1. Клічук А. В. Етичний аналіз справедливості як універсальної категорії міжіндивідних взаємин / А. В. Клічук // Вісник Київського національного університету ім. Тараса Шевченка. Серія «Філософія. Політологія». – 2010. – № 100. – С. 10–15.
2. Лозовой В. О. Етика: Навч. посіб. / В. О. Лозовой, М. І. Панов, О. А. Стасевська та ін.; За ред. проф. В. О. Лозового. – К.: Юрінком Інтер, 2002. – 224 с.



3. Малахов В. А. Етика: Курс лекцій: Навч. посібник / Віктор Малахов. – К.: Либідь, 2001. – 384 с.
4. Мовчан В. С. Етика: Навч. посібник / В. С. Мовчан. – 3-тє вид., випр. і доп. – К.: Знання, 2007. – 483 с.
5. Момот М. О. Концепції справедливості в античній філософії права та їх сучасна інтепретація / М. О. Момот // Адвокат. – 2009. – № 3 (102). – С. 34–38.
6. Тофтул М. Г. Етика: Навч. посіб. / М. Г. Тофтул. – К.: ВЦ «Академія», 2006. – 416 с.
7. Тофтул М. Г. Проблема справедливості: етичний аспект / М. Г. Тофтул, Р. П. Шмат // Вісн. Житомир. держ. ун-ту ім. І. Франка. – 2007. – № 31. – С. 3–5.
8. Фальковська Л. М. Справедливість як предмет соціально-психологічного дослідження / Людмила Фальковська // Проблеми політичної психології та її роль у становленні громадянина Української держави: зб. наук. праць. – К.: Міленіум, 2011. – Вип.11. – С. 290–299.

## **Тема 6. Значення і функції професійної невербальної комунікації**

1. Професійна невербальна комунікація.
2. Різновиди невербальної комунікації.
3. Основи техніки мовлення.
4. Етика комунікацій та морально-психологічні принципи спілкування.

### **Теми рефератів**

1. Охарактеризуйте вербальні і невербальні засоби спілкування.
2. Що ми відносимо до аморальних явищ у товариському спілкуванні.
3. Значення етикету у діловому спілкуванні.

### **Терміни для словника**

1. Основні категорії етики. 2. Пам'ять. 3. Партнерство. 4. Пасивний співробітник. 5. Темпоритм. 6. Пауза. 7. Пафос. 8. Переконавання. 9. Передповідомлення. 10. Песимізм. 11. План. 12. Повтор. 13. Помилки мовні.

14. Порядність. 15. Прагматизм. 6. Техніка спілкування.  
17. Толерантність. 18. Футурологія. 19. Харизма. 20. Часові межі.

### **Література**

1. Андрєєва І. В. Етика ділових відносин / Андрєєва І. В. – Зб.: Вектор, 2006. – 160 с.
2. Ботавіна Р. Н. Етика ділових відносин: навч. посібн. / Ботавіна Р. Н. – М.: Фінанси і статистика, 2004. – 208 с.
3. Гах Й. М. Етика ділового спілкування: навч. посібн. / Гах Й. М. – К.: Центр навч. літератури, 2005. – 160 с.
4. Зусін В. Я. Етика та етикет ділового спілкування: навч. посібн. – 2-ге вид., перероб. і доп. / Зусін В. Я. – К.: Центр навч. літератури, 2005. – 224 с.
5. Концептуальні принципи формування стандартів сервісу в ресторанному бізнесі: монографія / Л. П. Малюк, Т. П. Кононенко, Н. В. Полстяна – Х.: ХДУХТ, 2011. – 73 с.
6. Основи бізнесу: навч. посіб. / Ларіна Я. С., Мочерний С. В., Фомішина В. М., Чеботар С. І. – К.: Академія, 2009. – 384 с.
7. Палеха Ю. І. Етика ділових відносин: навч. посібн. / Палеха Ю. І. – К.: Кондор, 2008. – 356 с.
8. Радченко С. Г. Етика бізнесу. Практикум: навч. посіб. – К., 2006. – 232 с.
9. Статінова Н. П. Етика бізнесу: навч. посібн. / Статінова Н. П., Радченко С. Г. – К.: КНТЕУ, 2001. – 280 с.
10. Чайка Г. Л. Культура ділового спілкування менеджера: навч. посібн. / Чайка Г. Л. – К.: Знання, 2005. – 442 с.

### **Тема 7. Кодекс професійного спілкування**

1. Професійне міжособистісне спілкування.
2. Зміст та ефективність міжособистісного сприйняття.
3. Види професійного спілкування.

4. Стратегії і тактики впливу у бізнес-середовищі та маніпулювання. Маніпуляції у спілкуванні.

5. Імідж бізнесмена.

### **Теми рефератів**

1. Поясніть суть етичної діяльності.

2. Окресліть специфіку проявів етичного у сфері готельно-ресторанної справи.

3. Людина і бізнес в етичному вимірі.

### **Терміни для словника**

1. Регулятивно-комунікативна (інтерактивна) функція. 2. Рекомендації. 3. Рефлексія. 4. Роздум. 5. Самопрезентація. 6. Софіст. 7. Співпереживання. 8. Темп мовлення. 9. Спілкування службово-товариське. 10. Спілкування субординаційне. 11. Статусна роль. 12. Стратегія мовленнєвого спілкування. 13. Суб'єкт конфлікту. 14. Сценарії. 15. Тактика мовленнєвого спілкування. 16. Тактильно-кінетична тактика. 17. Тактовність. 18. Такт. 19. Тези. 20. Тема.

### **Література**

1. Андрєєва І. В. Етика ділових відносин / Андрєєва І. В. – Зб.: Вектор, 2006. – 160 с.
2. Ботавіна Р. Н. Етика ділових відносин: навч. посібн. / Ботавіна Р. Н. – М.: Фінанси і статистика, 2004. – 208 с.
3. Гах Й. М. Етика ділового спілкування: навч. посібн. / Гах Й. М. – К.: Центр навч. літератури, 2005. – 160 с.
4. Зусін В. Я. Етика та етикет ділового спілкування: навч. посібн. – 2-ге вид., перероб. і доп. / Зусін В. Я. – К.: Центр навч. літератури, 2005. – 224 с.
5. Концептуальні принципи формування стандартів сервісу в ресторанному бізнесі: монографія / Л. П. Малюк, Т. П. Кононенко, Н. В. Полстяна – Х.: ХДУХТ, 2011. – 73 с.
6. Основи бізнесу: навч. посіб. / Ларіна Я. С., Мочерний С. В., Фомішина В. М., Чеботар С. І. – К.: Академія, 2009. – 384 с.
7. Палеха Ю. І. Етика ділових відносин: навч. посібн. / Палеха Ю. І. – К.: Кондор, 2008. – 356 с.

8. Радченко С. Г. Етика бізнесу. Практикум: навч. посіб. – К., 2006. – 232 с.
9. Статінова Н. П. Етика бізнесу: навч. посібн. / Статінова Н. П., Радченко С. Г. – К.: КНТЕУ, 2001. – 280 с.
10. Чайка Г. Л. Культура ділового спілкування менеджера: навч. посібн. / Чайка Г. Л. – К.: Знання, 2005. – 442 с.

## ДОДАТКИ

### Професійна термінологія,

#### яка застосовується в сфері обслуговування

**Авторитарний стиль** – стиль, який базується на жорсткому способі управління, недопущенні ініціативи. Керівник сам визначає мету діяльності. Він не хоче, щоб з ним дискутували, обговорювали прийняті ним рішення, не виявляє гнучкості у спілкуванні.

**Адресант** – мовець, відправник повідомлення, партнер спілкування.

**Адресат** – 1. Слухач або читач, співрозмовник. 2. Одержувач листа, телеграми...

**Активний керівник** – керівник, який прагне впливати на інших, використовуючи активні методики та свій соціальний статус – керівника, батька, викладача.

**Актуалізатор** – людина, яка поважає гідність інших, переконливо передає свої думки і бажання, добре ставиться до людей і допомагає їм знайти власний шлях розвитку.

**Аналогія** – зіставлення різних явищ, подій, фактів.

**Апперцептивно-комунікативна функція** – функція, яка виявляється у сприйнятті та пізнанні партнерами один одного в процесі комунікації.

**Артикуляція** (від лат. – розчленування) – дія мовного апарату, внаслідок якої утворюються звуки.

**Атракція** (від лат. attrahere – тягнути до себе, притягувати; приваблювати, схилити) привабливість однієї людини для іншої.

**Бізнес** – ініціативна господарська діяльність, яка здійснюється через власні та позичені кошти під свій ризик і відповідальність, метою якої є розвиток власної справи для отримання прибутків.

**Ввічливість** – дотримання загальноприйнятих правил поведінки.

**Вербальна комунікація** – комунікація, яка здійснюється за допомогою усної та письмової мови.

**Виразне читання** – читання з дотриманням певної системи правил (орфоепії, артикуляції, дикції).

**Віддалений тип спілкування** – вид спілкування, при якому людина не реагує на жодні запитання, часто говорить недоречно, невчасно і невлучно.

**Візитівка** – необхідний атрибут дипломатичної практики. Вона використовується також бізнесменами, політичними діячами, журналістами...

**Врівноважений тип спілкування** – це послідовна і гармонійна поведінка людини. Це цілісні особистості, які викликають повагу і довіру до себе, відверто виражають свої почуття, мають потенційні можливості для підвищення рівня культури спілкування.

**Гідність** – це вміння виходити зі складних ситуацій у ділових стосунках (ділових переговорах), вміння з гідністю відстояти власні інтереси, власну точку зору – важливі аспекти поведінки в межах ділового протоколу.

**Голос** – звуки, які виробляє голосовий апарат людини. Індивідуальні особливості визначають висоту, силу і тембр голосу.

**Гуманізм** – (від лат. *humanus* – людський) – принцип етики, що став принципом моралі, основою якого є переконання в безмежних можливостях, здатності до вдосконалення людини, вимоги свободи і захисту її гідності, визнання права людини на щастя.

**Гумор** (від лат. – волога; за античними уявленнями, стан організму, що визначає настрій) – змалювання явищ у м'якій, жартівливій інтонації (на відміну від сатири).

**Демагогія** (від грец. – водіння народу) – голослівні аргументи, що мають вигляд глибокої аргументації на користь загалу, а насправді прикривають корисні розрахунки, нищість душі та некомпетентність, прагнення маніпулювати людьми.

**Демократичний стиль** – базується на колегіальності прийняття рішень, врахуванні думок і, по можливості, побажань підлеглих, частково передачі повноважень підлеглим. Це стиль заохочення, ініціативи. При демократичному стилі відсутній радикальний поділ на керівника й

підлеглих. Якщо для авторитарного стилю спілкування характерним є виокремлення свого «Я», то для демократичного стилю типовим є використання займенника «Ми».

**Дикція** (від лат. – вимова) – манера вимовляння звуків і слів. Правильна дикція – чітка та зрозуміла.

**Дипломатичний протокол** – сукупність правил, традицій, яких дотримуються в міжнародних стосунках. Він є складовою дипломатії і формою, яка створює відповідні умови відносин між державами, урядами на основі миру, взаємоповаги, дружби.

**Дискусія** (від лат. – розгляд) – публічне (й часто – конфліктне) обговорення якоїсь проблеми. Важливо вміти організувати і вчасно припинити дискусію.

**Диспут** (від лат. – досліджую, сперечаюсь) – організована форма дискусії, інколи – і заздалегідь з визначеними ролями. У межах диспуту особливого значення набуває здатність промовця переконувати.

**Діалогічна мова** – розмова, бесіда двох чи більше учасників спілкування, що виголошують власні повідомлення. Процес взаємозв'язку і взаємодії, у якому відбувається обмін діяльністю, інформацією і досвідом, що передбачає досягнення певного результату, вирішення конкретної проблеми чи реалізацію певної мети. Спілкування партнерів, яке спрямоване на вирішення ділових питань, можна назвати «діловою комунікацією».

**Діловий етикет** – норми, які регулюють стиль роботи, манеру поведінки і спілкування при вирішенні ділових питань; це встановлений порядок і норми взаємин між колегами, партнерами, клієнтами, норми поведінки з керівництвом.

**Ділове спілкування** – спілкування, метою якого є організація та оптимізація виробничої, наукової, комерційної чи іншої діяльності, в основі якої інтереси справи, а не конкретних співрозмовників.

**Діловий протокол** – правила, що регламентують порядок проведення бесід і переговорів, організацію прийомів, форму одягу, ведення ділового листування, підписання договорів, угод та ін. Протокол допомагає створити

дружно й невимушену атмосферу під час зустрічей, що сприяє взаєморозумінню і досягненню бажаних результатів.

**Доведення** – процес доведення справедливості (чи навпаки) якогось твердження.

**Досвід роботи** – це головний блок в резюме. Вказується (у зворотному хронологічному порядку) період вступу та звільнення; назва організації; назва посади; короткий опис обов'язків та професійних досягнень.

**Досягнення** – обґрунтовується як особиста професійність в певній галузі (дані про освіту, досвід роботи, уміння працювати на певному обладнанні та ін.).

**Евристика** (від грец. – знаходжу) – особливий метод ведення діалогу, навчання, введений Сократом. В евристиці все будується на системі навідних питань, що спонукають співрозмовника до вирішення проблеми.

**Евфонія** (від грец. – благозвучність) – певна якість мовних звуків, що визначає емоційне забарвлення мови.

**Евфуїзм** (від грец. – витончений, стрункий) – стиль, що відрізняється штучною пишномовністю, манірністю.

**Експансивність** (від лат. – поширення) – свідоме чи неконтрольоване свідомістю нав'язування власного «я», власної картини світу та цінностей.

**Емоційно-комунікативна функція** – функція, яка належить до емоційної сфери людини. Під час спілкування виникає і виявляється розмаїття людських емоцій та почуттів.

**Емпатія** (від грец. – почуття) – здатність відчувати стан іншої людини або аудиторії.

**Ерудиція** (від лат. – вченість) – наявність глибоких знань в тій чи іншій сфері. Ерудиція виникає як результат копіткої праці індивідуума над собою.

**Етика бізнесу** – це ділова етика, що базується на чесності, відвертості, дотриманні свого слова, здібності ефективно функціонувати відповідно до чинного законодавства, встановлених правил та традицій.



**Етика ділових відносин** – система знань про моральні аспекти ділових відносин. Як складова етики бізнесу, етика ділових відносин визначає систему моральних цінностей, критеріїв у відносинах між виробниками і споживачами, між підприємствами, між організаціями та державою та ін.

**Етика** (від грец. *ethos* – норов, звичай, характер) – система знань (наука) про мораль та моральність, їх сутність та історію розвитку, їх роль та місце в житті людини.

**Етикет** – це сукупність правил поведінки, які регулюють зовнішні прояви людських стосунків (ставлення до інших, форми звертання, манери, стиль одягу). Це складова зовнішньої культури окремої людини і суспільства загалом. Етикет є певною формою церемоніалу, це мова символів.

**Жестикуляція** – це вираження своїх емоцій і слів за допомогою жестів. Жести повинні бути стриманими, природними.

**Запобігливий тип спілкування** – це намагання догодити іншим. Людина в розмові часто просить вибачення, не вступає в суперечки. Перед тим як щось зробити, намагається отримати схвалення інших. Вона погоджується з будь-якою критикою у свій адрес, вдячна людям вже за те, що з нею розмовляють.

**Звинувачувальний тип спілкування** – це намагання отримати владу над іншими, постійний пошук винного. Це – диктатор, нерідко веде себе зухвало, говорить різко і жорстко, перебиваючи інших. Радіє й отримує задоволення від того, що люди їй підкоряються, відчуваючи себе винними.

**Згода** – це зовнішній формальний рівень взаєморозуміння. Уміння зрозуміти ситуацію і підпорядкувати свої емоції та поведінку відповідно до ситуації та поведінки інших.

**Імідж** – (від англ. *image* – образ, престиж, репутація) – враження, яке особистість (бізнесмен, менеджер, політик) або організація (фірма, навчальний заклад) справляють на людей і яке фіксується у їхній свідомості у формі певних емоційно забарвлених стереотипних уявлень. Це візуальна привабливість

особистості. Формування враження про себе, свідомо організоване і структуроване в контексті «Я».

**Імпровізація** (від лат. – несподіваний, раптовий) – промова, що виголошується без попередньої підготовки. Імпровізація ґрунтується на природному дарі слова, ерудиції та культурі промовця.

**Індукція** (від лат. – впровадження) – спосіб мислення від конкретного до загального.

**Інсайт** (англ. – у полі зору, збагнення) – момент натхненного інтуїтивного проникнення в суть проблеми без попереднього логічного аналізу. Наявність І. (або імітація його) в промові здатна справити винятково сильне враження на слухачів.

**Інтелігентність** (від лат. – обізнаний, мислячий) – здатність людини генерувати думки та емоції.

**Інтоніяція** (від лат. – голосно вимовляю) – ритмо-мелодійний малюнок мовлення, що базується в основному на підвищенні або пониженні тону.

**Інформаційно-комунікативна функція** – це різні форми та засоби обміну й передачі інформації, завдяки яким люди збагачують досвід, накопичують знання, узгоджують дії.

**Канцеляризми** – штампи ділової мови, яких доцільно уникати.

**Казуальний момент промови** – орієнтування промовця на певний склад аудиторії (молодь, студенти, жінки).

**Каталог** (від грец. – список) – перелік, список предметів, складений за порядком, що полегшує їхній пошук. Розрізняють алфавітний каталог, у якому описи розташовано за алфавітом прізвищ авторів або заголовками творів; систематичний каталог – за галузями знань, наукових дисциплін.

**Кінесика** – різновид невербальної комунікації, яка використовує оптико-кінетичну систему знаків, що містить жести, міміку, пантоміміку.

**Комунікативна компетентність** – здатність встановлювати і підтримувати необхідні контакти з іншими людьми. Це сукупність знань, умінь і навичок, що включають: функції спілкування й особливості комунікативного процесу; види спілкування й основні його характеристики; засоби спілкування

(вербальні та невербальні); види слухання й техніки його використання; «зворотний зв'язок» (питання і відповіді); психологічні і комунікативні типи партнерів, специфіку взаємодії з ними; форми і методи ділової взаємодії; технології і прийоми впливу на людей; самопрезентацію і стратегії успіху.

**Комунікативна ситуація** – ситуація мовлення, ситуативний контекст мовленнєвої взаємодії, що виникає в реальному житті або моделюється.

**Комунікативний намір** – конкретно визначена мета висловлювання мовця, що є регулятором мовленнєвої поведінки партнерів.

**Конспект** (від лат. – огляд) – коротке занотування змісту певного тексту (план, тези, приклади). У конспекті занотовуються найсуттєвіші положення. У процесі конспектування розвивається логічне мислення, вміння виокремлювати головне, зростає культура мови.

**Контратака** – негативна реакція на критичне зауваження.

**Конфлікт** – зіткнення протилежних інтересів на підставі суперництва, відсутності взаєморозуміння з різних питань, пов'язаних з емоційними переживаннями.

**Лабільність** (від лат. – нетривкий, незбалансований) – вміння людини швидко переходити від однієї проблеми до іншої, уникаючи помилок.

**Лаконізм** – стисле, чітке вираження думки, без пишномовних прикрас.

**Логічна побудова промови** – базується на дотриманні законів логіки (закони тотожності, протиріччя, виключеного третього, достатньої підстави), що забезпечують чітку послідовність думки та врівноваженість частин тексту.

**Логічність мовлення** – це ознака культури мовлення. Логічність проявляється на рівні висловлювання (речення) та на рівні тексту.

**Маніпуляція** – це спосіб, який дає можливість досягнути свою мету не беручи до уваги інтереси інших. Це спосіб, в основі якого використання іншої людини з метою реалізації своїх егоїстичних інтересів.

**Маніпулятор** – це людина, яка свідомо або несвідомо вдається до всіляких хитрощів, щоб контролювати ситуацію та досягнути своєї мету.

**Міжособистісна комунікація** – взаємний обмін досвідом людей, які перебувають у просторовій близькості, мають можливість бачити, чути, торкатися один одного, легко здійснювати зворотний зв'язок.

**Міжособистісне сприйняття** – сприйняття іншої людини, відображення її зовнішніх ознак, співвіднесення їх з особистісними властивостями індивіда, якого сприймають, і здійснення на цій основі розуміння його внутрішнього світу і поведінки.

**Міміка** (від грец. – наслідувальний) – рухи м'язів обличчя, якими виражаються емоції та почуття людини. Людина повинна вміти контролювати міміку та мобілізувати мімічні засоби для виразу своїх емоцій і впливу на співбесідника.

**Моббінг** – форма міжособистісного конфлікту, що проявляється в утиску, переслідуванні одного із суб'єктів соціальної взаємодії щодо іншого.

**Монолог** – розгорнуте висловлювання однієї особи, звернене до однієї людини або певного колективу для повідомлення інформації, впливу або спонукання до дії.

**Моральна діяльність** – особлива сфера діяльності, що має предметно-змістову визначеність і специфіку, подібно до виробничої, наукової, художньої.

**Моральна практика** – сфера індивідуально-масових виявів поведінки, стосунків, діяльності, орієнтованих на найвищі, універсальні вселюдські цінності.

**Моральна самооцінка** – результат морального оцінювання людиною своїх вчинків, їх мотивів і моральних якостей.

**Моральна спонука** – чуттєва форма, в якій виявляються мотив і намір до здійснення відповідного вчинку.

**Моральна справедливість** – співвідношення кількох явищ з точки зору розподілу добра і зла між людьми.

**Моральна якість** – відносно стійкі ознаки поведінки людини, які виявляються в однотипних вчинках, що відповідають критеріям добра (добročесності) чи суперечать їм (моральні вади).

**Моральне правило** – положення, яким керуються в житті, праці, поведінці.

**Моральний вибір** – моральна діяльність, яка полягає в тому, що людина, виявляючи свою суверенність, самовизначається щодо системи цінностей і способів їх реалізації.

**Моральний вчинок** – добровільна дія, що об'єктивно відповідає моральній вимозі.

**Моральний ідеал** (від франц. *ideal*, від грец. *idea* – ідея) – найдосконаліший, безумовний, універсальний взірець високоморальної особистості, яка володіє усіма відомими добродіями, кожна з яких максимально досконала.

**Моральний намір** – рішення людини зробити відповідну моральну дію і досягнути очікуваного результату.

**Моральний самоконтроль** – сутність і механізм самостійного регулювання особистістю своєї поведінки, її мотивів і спонук.

**Моральний сором** – збентеження, ніяковість за недостойну поведінку.

**Моральні відносини** – ціннісні смислові аспекти всіх суспільних відносин, орієнтовані на найвищі вселюдські цінності.

**Моральні цінності** – це об'єкти, явища та їх властивості, абстрактні ідеї, які втілюють у собі узагальнені ідеали, виступаючи еталоном належного. На поведінку людей та їхні взаємини з іншими, на характер і культуру спілкування впливають моральні цінності добра, морального обов'язку, відповідальності, справедливості, честі, гідності, совісті...

**Моральність** – це поведінка, вчинки, якості, відношення, діяльність людини як результат безпосередньої реалізації моральних ідей, цінностей, принципів, норм і правил поведінки.

**Мотивація** – система мотивів, або стимулів, що спонукає людину до конкретних форм діяльності або поведінки. Мотивами можуть бути потреби, інтереси, захоплення, емоції, установки, ідеали.

**Навіювання** – це психологічний вплив однієї людини на іншу або на групу людей, що передбачає некритичне сприйняття висловлених думок і волі. Воно є механізмом, який дає змогу вплинути на підсвідоме: настанови, емоційні реакції, очікування тощо. Виокремлюють такі види навіювання на людину.

**Наочність** – додаткова система доказів (таблиці, діаграми, ілюстрації), яка збільшує можливості впливу на співбесідників.

**Настанова** – готовність, схильність, суб'єкта до певної ситуації, певної поведінки, дії.

**Настрій** – емоційний стан промовця, що накладає відбиток на його поведінку та мовлення і передається слухачам. Промовцеві важливо вміти контролювати свій настрій.

**Натхнення** – піднесення духовних сил промовця, яке розкриває творчі можливості особистості й забезпечує надзвичайну мобілізацію уваги слухачів.

**Невербальна комунікація** – це комунікація за допомогою немовних засобів (жести, міміка, паузи, манери, зовнішність).

**Опис** – змалювання у слові (нерідко із застосуванням поетичних засобів) обставин, що є об'єктом уваги.

**Основні категорії етики** – такі категорії, до яких належать: добро і зло, обов'язок, совість, честь, гідність, щастя, сенс життя...

**Пам'ять** – психофізичний процес закріплення, збереження та відтворення інформації. Для промовця важливо тренувати пам'ять.

**Партнерство** – це прагнення отримати позитивний результат, зважаючи не тільки на власні інтереси, а й на інтереси інших.

**Пасивний співробітник** – співробітник, який демонструє роль безпорадного, такого, що мало на чому розуміється, цим і підштовхує іншого виконати роботу за нього.

**Патерналізм** (від лат. *paternus* – батьківський) – система моральних норм, яка передбачає покровительство, опікунство і відповідні очікування щодо поведінки людей різних соціальних станів.

**Пауза** – тимчасовий інтервал у мовленні, визначений кількома чинниками:

- 1) дихальним ритмом людини;
- 2) логічною структурою тексту;
- 3) психологічним членуванням тексту.

**Пафос** (від грец. – пристрасть) – ставлення промовця до своєї ідеї – наприклад, захоплення й піднесення, що передаються слухачам (патетична промова).

**Переконання** – це спосіб впливу на свідомість, почуття і досвід людини з тим, щоб сформувати у неї нові настанови.

**Переговори** – це метод досягнення угоди шляхом ділового спілкування, коли обидві сторони мають як спільні, так і протилежні інтереси.

**Передповідомлення** – підготовча фраза, що підсилює чекання: «Я хочу вам детально пояснити», «Я хочу це чітко показати на прикладі».

**Песимізм** (від лат. *ressitis* – найгірший) – пройняте зневірою, відчаєм світовідчуття; погляд, згідно з яким у світі переважає зло.

**План** – структурна модель майбутнього тексту. Основні види плану: простий, складний і цитатний.

**Повтор** (реприза) – періодичне дублювання промовцем слів, фраз, що нагадують про основну проблему і слугують засобом ідейно-формальної ритмізації виступу.

**Помилки мовні** – порушення літературної норми (неправильні наголос, вимова окремих звуків, вживання слів за семантикою, значенням, невміння враховувати стилістичне забарвлення слова (фрази), включати слово (фразу) в контекст, розрізняти окремі морфемні у слові, тавтологія, слова-паразити).

**Порядність** – це моральний принцип, який допомагає людині утримуватися від негативних вчинків: обман, підступність, приниження гідності іншої людини, шахрайство та ін.

**Прагматизм** (від лат. *pragta* – справа, дія) – філософська течія, яка, ігноруючи об'єктивну основу понять, ідей, теорій, норм, оцінює їх, беручи до уваги лише їх практичну ефективність.

**Презентація** (від англо. present – представляти) – один з найпоширеніших, ефективних видів подання відомостей про діяльність, продукцію, технології організації. Презентацію влаштовують з нагоди виходу в світ нової книги, товару, відкриття виставок, фестивалів, нової лінії виробництва...

**Прийоми** – зібрання запрошених осіб, де гостям пропонують різні страви і створюють відповідні умови для спілкування, знайомства, ритуальних процесів та церемоній, відпочинку.

**Принцип** (від лат. ргіпсіріит – начало, основа) – основа певної сукупності фактів або певної системи знань.

**Протокол** – (від грецького protokollon означає: protos – перший, kolla – клеїти) – сукупність правил поведінки, норм і традицій, які регулюють порядок різних церемоній, офіційних та неофіційних зустрічей, форму одягу та ін.

**Регулятивно-комунікативна (інтерактивна) функція** – це обмін інформацією, пізнання суб'єктами комунікації один одного, та взаємодія між ними. Відбувається через переконання, навіювання, наслідування, обмін діями та ін. Визначають два види взаємодії: а) співробітництво (кооперація); б) суперництво або конкуренція.

**Рекомендації** – інформація про рекомендаційні листи, які ви готові надати.

**Репліка** – коротка фраза, викликана необхідністю термінового заперечення, уточнення, підтримки.

**Рефлексія** – механізм самопізнання у процесі спілкування, в основі якого здатність людини уявляти, як вона сприймається партнером через спілкування.

**Розважливий тип спілкування** – коректна поведінка людина, яка чітко розраховує все завчасно, виголошує довгі фрази, має монотонний голос.

**Роздум** – тип мовлення, в основі якого виявлення причинових зв'язків. Основна мета роздуму – ствердження або обґрунтування якоїсь тези за допомогою аргументів.



**Розповідь** – тип мовлення, в основі якого часові відношення, розвиток подій, процесів; повідомлення про дії предмета у певній послідовності. Мета розповіді – передати розвиток подій у певних просторових і часових умовах.

**Самопрезентація** – короткотривалий, специфічно мотивований і організований процес подання інформації про себе у вербальній і невербальній поведінці.

**Софіст** (від грец. – мудрець, митець, винахідник) – з V ст. до н. е. софістами стали називати вчителів філософії, які навчали мистецтва сперечатися і перемагати за будь-яких обставин (навіть із застосуванням свідомої облуди), що було важливим для судових дебатів, а також виховували вміння говорити з проблем політики і загалом з будь-якої науки.

**Співпереживання** – вид взаєморозуміння, що передбачає здатність враховувати стан співбесідника.

**Спілкування** – процес взаємодії і взаємин суб'єктів (особистостей, соціальних груп), у якому відбувається взаємообмін діяльністю, інформацією, емоціями, навичками, уміннями. **Спілкування службово-товариське** – відповідає встановленим службовим ролям і розмежуванню професійних повноважень. Таке спілкування керівника характеризується повагою до підлеглих, сприяє зміцненню корпоративної культури в організації.

**Спілкування субординаційне** – форма спілкування з елементами тиску на всіх своїми інтелектуальними перевагами.

**Спосіб** – система дій, які використовуються в діяльності або взаємодії для досягнення мети.

**Статусна роль** – поведінка, запропонована людині її соціальним (віковим, статевим, посадовим та ін.) положенням чи статусом.

**Стратегія мовленнєвого спілкування** – процес побудови комунікації, спрямований на досягнення довготривалих результатів. Стратегія містить планування мовленнєвої взаємодії залежно від конкретних умов спілкування й особистостей комунікаторів, а також реалізацію цього плану.

**Суб'єкт конфлікту** – конфліктна особистість чи проблеми, здатні спровокувати конфлікт.

**Сценарії** – стандартні послідовності дій у звичних ситуаціях.

**Тактика мовленнєвого спілкування** – сукупність прийомів ведення бесіди і лінії поведінки на певному етапі в межах окремої розмови. Вона містить конкретні прийоми встановлення і підтримки контакту з партнером і впливу на нього, переконання адресата і т. ін.

**Тактильно-кінетична тактика** – рукостискання, дотики, поплескування по плечах, поцілунок, посмішка...

**Тактовність** – вміння дотримуватись такту у стосунках з іншими людьми.

**Такт** – почуття міри, що підказує найправильніший підхід, найбільш делікатну лінію поведінки.

**Тези** – вид конспекту, стислий запис основних положень плану промови в дещо розгорнутому вигляді. Тези інколи можуть набувати характеру цитатного плану.

**Тема** – проблема, закладена в основу виступу. Тема завжди конкретна, стосується одного питання. Сукупність тем у межах одного тексту утворює тематику, що складає у сукупності багатогранний і складний об'єкт уваги. Проте в тематиці завжди домінує основна тема, якій підпорядковано підтеми та мікротеми. Тема може бути розкритою чи нерозкритою.

**Темп мовлення** (від лат. – час) – швидкість, з якою проголошується промова; визначається кількістю звуків (або складів), що вимовляються за секунду. Надто швидкий темп, як і надто повільний, ускладнює сприйняття промови

**Типи промов за знаковим оформленням і закріпленням:**

1. Промови, що виголошують за конспектом.
2. Промови, що готують заздалегідь, але не вчать напам'ять.
3. Промови, що пишуть заздалегідь і вчать напам'ять.
4. Імпровізовані промови (експромти).

**Темпоритм** – швидкість і тривалість звучання окремих слів, складів, а також пауз у сполученні з ритмічною організованістю.

**Техніка спілкування** – сукупність конкретних комунікативних умінь, що дозволяють використовувати різноманітні, придатні для конкретної ситуації взаємодії прийоми і методи спілкування.

**Толерантність** (від лат. – терплячий) – повага до чужих позицій і концепцій. Наявність толерантності у промовця – свідчення його духовної зрілості та сили.

**Тропи** (від грец. tropos «зворот») – це різноманітні способи вживання слів в переносному значенні.

**Узгодження** – механізм взаємодії, що стосується спілкування з погляду мотивацій та потреб. Його результатом є згода з метою, змістом, намірами, що задає основний тон міжособистісним відносинам, визначає їхнє емоційне забарвлення.

**Уникнення** – спосіб поведінки, коли керівник прагне уникнути відповідальності за реалізацію завдань. Це буває при його недостатній професійній компетентності.

**Упередження заслуженого звинувачення** – прийом який використовують, щоб нейтралізувати звинувачення, особливо під час наради, зборів.

**Футурологія** (від лат. futurum – майбутнє і грец. logos – слово, вчення) – наука про майбутнє людства.

**Харизма** (від грец. – Божий дар) – сприйняття тієї чи іншої особистості як такої, що має особливе обдарування та гарантує незмінний успіх своїм прихильникам.

**Часові межі** – правильний вибір часу і дня тижня для договору, зустрічі з урахуванням обставин ділового життя, ділових звичок партнерів, години їх оптимальної працездатності.

## Афоризми (цитати і вислови)

1. Вдячність – ознака благородства душі. (Езоп).
2. Любов погано уживається із страхом. (Н. Макіавелі).
3. Слава – товар невігідний. Коштує дорого, зберігається погано. (Оноре де Бальзак).
4. У тому-то і полягає перевага древніх, що вони у всьому уміли відшукати міру. (Г.Е. Лессі).
5. Жарт, як і сіль, потрібно вживати з помірністю. (Піфагор).
1. Якщо у тебе не буде поганих думок, не буде і поганих вчинків. (Конфуцій).
2. Слово має бути вірним, дія має бути рішучою. (Конфуцій).
8. Мудрість – рідна мати щастя. (Софокл).
9. Все говорити і нічого не бажати слухати є ознака гордості. (Аристотель).
10. Жартувати потрібно для того, щоб здійснювати серйозні справи. (Аристотель).
11. Якщо ви хочете, щоб життя посміхалося вам, подаруйте йому спочатку свій гарний настрій. (Б. Спіноза).
12. Чим людина розумніша і добріша, тим більше вона помічає добра в людях. (Б. Паскаль).
13. Тільки слабкі скоюють злочини: сильному і щасливому вони не потрібні. (Вольтер).
14. Свідомість своєї гідності робить розумну людину скромнішою і водночас і стійкішою. (Ф.Д. Честерфілд).
15. Не можна допомогти тому, хто не бажає слухати ради. (Б. Франклін).

## **Тематика промов з курсу «Культура бізнесу»**

1. Що таке престижна професія?
2. Мій життєвий вибір.
3. Які ми – сучасні студенти?
4. Що означає бути моральним?
5. На які цінності потрібно орієнтуватися сучасній молоді?
6. Що означає бути інтелігентною людиною?
7. Як відчувати себе щасливим?
8. Релігія в житті людини.
9. Мої роздуми про милосердя.
10. Як позбавитися шкідливої звички?
11. Що нам заважає вчитися?
12. Чи знаємо ми свою національну культуру?
13. Яким я хочу бачити ВНЗ майбутнього?
14. Яким повинен бути тренер?
15. Науково-дослідницька діяльність сучасного студента?
16. Мистецтво у моєму житті.
17. Література у житті молоді людини.
18. Що Ви знаєте про архітектуру рідного міста?
19. Україна багата на таланти.
20. Традиції і звичаї – духовна спадщина українського народу.

## **Теми есе з курсу «Культура бізнесу»**

1. Як Ви розумієте вислів «мудрість звичаю»?
2. Що, на Вашу думку, входить до моральної культури людства?
3. Які, на Вашу думку, основні концепції добра?
4. Чи потрібен людині власний «досвід зла»?
5. Чи може індивідуальний моральний обов'язок суперечити загальним вимогам моралі?
6. Як співвідносяться честь і гідність людини?
7. Чи важливо для людини піклуватися про власну репутацію?
8. Як співвідносяться совість і свобода людини?
9. Як співвідносяться совість і сором?
10. Чи є діяльність людини достатньою підставою для Ваших суджень про неї?
11. Чи тотожні за своєю суттю поняття «спілкування» і «діалог»?

**Перелік тем рефератів  
з дисципліни «Культура бізнесу»**

1. Розкрийте сутність проблеми ділової етики.
2. Місце і роль етики бізнесу в сучасному суспільстві.
3. Етичні аспекти бізнесу. Етика бізнесу як запорука успішної підприємницької діяльності.
4. Основні етичні погляди у сфері бізнесу.
5. Наведіть приклади вирішення етичної проблеми в бізнесовій сфері: умови, методологія, результат.
6. Моральні цінності ринку.
7. Місце та роль професійної етики в системі етичного знання.
8. Обґрунтуйте моральну цінність феномену професіоналізму.
9. Визначте моральні та позаморальні аспекти етики бізнесу.
10. Поясніть сутність моральних обов'язків керівника.
11. Обґрунтуйте значення ділового етикету в сучасному бізнесі.
12. Антуан де Сент-Екзюпері сказав, що спілкування – це розкіш. У чому ж полягає цінність спілкування?
13. Що таке моральні цінності і чому вони визнаються основою ділового спілкування?
14. Як ви розумієте слова: поведінка – це дзеркало, в якому відбивається образ людського «Я»?
15. Чим відрізняється мова ділового спілкування від побутового?
16. Як навчитися «читати людину» як книгу і що для цього треба знати?
17. Моральне співвідношення мети та засобів під час ведення бізнесу. Чи виправдовує мета засоби, які Ви при цьому використовуєте?
18. Чому вважають, що без конфлікту неможливий розвиток суспільства, організації, особистості?
19. Бізнес і благочинність, моральний аспект. Благочинність як бізнес.
20. В яких межах є допустимий відхід від етичних норм в сучасному бізнесі і чи прийнятний він взагалі?

21. Співвідношення етики бізнесу та екологічної етики. Проблема взаємовпливу.