

МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ  
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
(ФГБОУ ВО «ВГУ»)

**УТВЕРЖДАЮ**

И.О. заведующего кафедрой  
*экономики труда и основ управления*



Е.С. Дашкова  
18.05.22 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

**Б1.В.15 Деловой протокол и бизнес-этика**

- 1. Код и наименование направления подготовки/специальности:** 38.03.02 «Менеджмент»
- 2. Профиль подготовки:** управление закупками и цепями поставок
- 3. Квалификация выпускника:** бакалавр
- 4. Форма обучения:** очная
- 5. Кафедра, отвечающая за реализацию дисциплины:** экономики труда и основ управления
- 6. Составители программы:** Зенкова Олеся Андреевна, к.э.н., преподаватель
- 7. Рекомендована:** НМС экономического факультета протокол № 4 от 21.04.22 г.

---

**8. Учебный год:** 2023/2024

**Семестр:** 3

## 9. Цели и задачи учебной дисциплины

Целью освоения учебной дисциплины является: развитие у обучающихся представлений о роли протокола и бизнес-этики в сфере закупок на целевых рынках (в том числе международных) и практических навыков эффективной бизнес-этики и практического опыта, позволяющим преодолевать коммуникативные барьеры, кризисные и конфликтные коммуникации профессиональной деятельности в сфере закупок и организации поставок.

В результате освоения дисциплины обучающиеся должны:

- знать требования, принципы и нравственные нормы, присущие сфере закупок; требования этики и ведения делового протокола в профессиональной деятельности;
- владеть современными технологиями делового общения в сфере закупок и организации поставок;
- уметь применять понятийный аппарат бизнес-этики, ее основные принципы, механизмы в профессиональной деятельности (в сфере закупок и организации поставок); применять методы и средства ведения делового протокола и бизнес-этики для интеллектуального развития, повышения профессиональной компетентности; собирать и обобщать информацию о ценах, условиях поставок и характеристиках поставщиков на целевых рынках (в том числе международных) организации.

Задачи учебной дисциплины:

- ознакомление с основными вопросами бизнес-этики как науки;
- обучение знаниям теоретических основ, сущности и специфических особенностей ведения делового протокола, понятийного аппарата в сфере закупок и организации поставок;
- освоение прикладных аспектов бизнес-этики;
- освоение практических навыков делового поведения и профессиональной коммуникации;
- получение представления о социокультурных особенностях поставщиков на целевых рынках (в том числе международных) организации в прошлом и настоящем;
- обучение правилам и практическим приемам эффективного ведения делового протокола и бизнес-этики;
- воспитание готовности к компромиссу, сотрудничеству и эффективному партнерству в деловом общении.

**10. Место учебной дисциплины в структуре ООП:** Вариативная часть блока Б1 – часть, формируемая участниками образовательных отношений

### **Требования к входным знаниям, умениям и навыкам:**

*обучающийся должен знать:*

- основные формы делового общения;
- основные составляющие имиджа делового человека и его внешний вид;

*обучающийся должен уметь:*

- *использовать нормы этикета в соответствии с особенностями ситуации;*
- *формировать личный благоприятный имидж, базируясь на правилах и нормах делового этикета;*

*обучающийся должен владеть:*

- *навыками подготовки и проведения встреч, презентаций, переговоров, церемоний.*

*Дисциплины, для которых данная дисциплина является предшествующей:*

- Бизнес-планирование;
- Корпоративная социальная ответственность;
- Организация и эффективность трудовой деятельности;
- Управление межфирменными отношениями;
- Организация переговорного процесса и управление конфликтами.

**11. Планируемые результаты обучения по дисциплине/модулю (знания, умения, навыки), соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы (компетенциями) и индикаторами их достижения:**

Код	Название компетенции	Код(ы)	Индикатор(ы)	Планируемые результаты обучения
ПК-6	<b>Способен осуществлять мониторинг, анализ и консультирование в сфере закупок и организации поставок</b>	ПК-6.1	Собирает, обобщает и анализирует информацию о ценах, условиях поставок и характеристиках поставщиков на целевых рынках (в том числе международных) организации	<p><i>Знать:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- требования, принципы и нравственные нормы, присущие сфере закупок; требования этики и ведения делового протокола в профессиональной деятельности;</li> </ul> <p><i>Уметь:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- применять понятийный аппарат бизнес-этики, ее основные принципы, механизмы в профессиональной деятельности (в сфере закупок и организации поставок); применять методы и средства ведения делового протокола и бизнес-этики для интеллектуального развития, повышения профессиональной компетентности; собирать и обобщать информацию о ценах, условиях поставок и характеристиках поставщиков на целевых рынках (в том числе международных) организации;</li> </ul> <p><i>Владеть:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- современными технологиями делового общения в сфере закупок и организации поставок.</li> </ul>

**12. Объем дисциплины в зачетных единицах/час. 3/108.**

**Форма промежуточной аттестации *дифференцированный зачет***

**13. Трудоемкость по видам учебной работы**

Вид учебной работы		Трудоемкость		
		Всего	По семестрам	
			3 семестр	...
Аудиторные занятия		108	108	
в том числе:	лекции			
	практические	50	50	
	лабораторные			
Самостоятельная работа		58	58	

в том числе: курсовая работа (проект)				
Форма промежуточной аттестации (экзамен – час.)				
Итого:	108	108		

### 13.1. Содержание дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела дисциплины	Реализация раздела дисциплины с помощью онлайн-курса, ЭУМК*
<b>1. Практики</b>			
1.1	Понятие и содержание делового протокола и бизнес-этики	Определение этикета. Виды этикета: придворный, дипломатический, воинский, общегражданский, деловой. Бизнес-этикет. Принципы этикета. Протокол	
1.2	Протокол и этикет делового общения	История развития делового этикета в России. Особенности деловых коммуникаций.	
1.3	Формирование и развитие имиджа успешного делового партнера	Формирование и развитие имиджа успешного делового партнера. Имидж делового человека и его составляющие. Внешний вид делового человека. Особенности внешнего облика и имиджа у женщин и мужчин.	
1.4	Служебный этикет	Служебный этикет. Устройство на работу. Отношения внутри рабочего коллектива. Этика служебных взаимоотношений мужчины и женщины. Требования этикета к рабочему месту. Служебный этикет руководителя, секретаря	
1.5	Этикет деловых коммуникаций	Этикет деловых коммуникаций. Речевой этикет: обращение, приветствие, прощание, поздравления, просьба, приглашение, благодарность, извинения. Умение слушать. Беседы по телефону. Деловая корреспонденция. Факс и электронная почта в деловом общении	
1.6	Организация и проведение успешных деловых переговоров	Этапы подготовки к переговорам: содержательный, организационный, операционализации цели. Визит делегаций: встречи, сопровождающие, приветствия и представления, рассадка по автомобилям. Визит вежливости. Переговоры и их организация.	

		Рассадка за столом переговоров. Запись беседы.	
1.7	Понятие и содержание международного протокола и этикета	Правовые основы международного протокола и этикета. Символы государственного суверенитета	
1.8	Служба протокольного обеспечения	Государственное служебное и протокольное старшинство. Дипломатическое старшинство	
1.9	Основы дипломатического протокола. Гостевой этикет	Понятие дипломатии. Общее и особенное в протоколе дипломатического и делового общения. Правовые основы международных деловых связей. Организационное обеспечение визита иностранной делегации. Официальные визиты и деловые встречи. Международная вежливость. Классификация визитов. Церемониал встречи иностранной делегации. Программа пребывания иностранной делегации. Протокол в многосторонней дипломатии. Приемы. Значение приемов в дипломатической практике.	
1.10	Национальные особенности делового общения	Особенности делового общения и этикета в зарубежных странах.	
1.11	Невербальные нормы деловых коммуникаций	Жесты, мимика, интонация как важнейшая часть общения деловых людей. Поза при общении. Соблюдение дистанции. Осанка и походка делового человека.	
1.12	Корпоративный этикет и культура общения	Корпоративный этикет как установленный порядок, манера поведения, принятые в организации и обеспечивающие членам трудового коллектива и его руководству условия успешной коммуникации. Кодексы корпоративной этики. Дресс-код. Корпоративный стандарты	
1.13	Презентации, подарки и сувениры в деловом общении	Понятие подарка и сувенира. Принципы выбора подарков и сувениров. Целесообразность. Комплектация сувениров и подарков. Когда и по какому случаю возможно вручение подарков и сувениров. Самопрезентация в деловом общении	
1.14	Итоговое контрольное мероприятие	Итоговое контрольное мероприятие проводится в форме деловой игры "Организационное обеспечение приема делегации партнеров"	

### 13.2. Темы (разделы) дисциплины и виды занятий

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Виды занятий (количество часов)			
		Лекции	Практические	Самостоятельная работа	Всего
1	Понятие и содержание делового протокола и бизнес-этики		4	4	8
2	Протокол и этикет делового общения		2	6	8
3	Формирование и развитие имиджа успешного делового партнера		4	4	8
4	Служебный этикет		4	4	8
5	Этикет деловых коммуникаций		2	6	8
6	Организация и проведение успешных деловых переговоров		4	4	8
7	Понятие и содержание международного протокола и этикета		4	4	8
8	Служба протокольного обеспечения		2	6	8
9	Основы дипломатического протокола. Гостевой этикет		4	4	8
10	Национальные особенности делового общения		2	4	6
11	Невербальные нормы деловых коммуникаций		4	4	8
12	Корпоративный этикет и культура общения		4	4	8
13	Презентации, подарки и сувениры в деловом общении		4	4	8
14	Итоговое контрольное мероприятие		2	4	6
	Итого:		50	58	108

### 14. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины:

Дисциплина включает в себя лекционные и практические занятия, предполагающие систематизацию знаний.

Методические указания для обучающихся при работе на практическом занятии.

В системе подготовки обучающихся университета практические занятия, являясь дополнением к лекционному курсу, закладывают и формируют основы квалификации бакалавра. Содержание этих занятий и методика их проведения должны обеспечивать развитие творческой активности студентов.

Практическое занятие – это занятие, проводимое под руководством преподавателя в учебной аудитории, направленное на углубление научно-теоретических знаний и овладение определенными методами самостоятельной работы, которое формирует практические умения (вычислений, расчетов, использования таблиц, справочников и др.). В процессе занятия обучающиеся по заданию и под руководством преподавателя выполняют одну или несколько практических работ.

Практические занятия по учебной дисциплине – это коллективные занятия. В овладении теорией вопроса большую и важную роль играет как индивидуальная работа, так и коллективные занятия, опирающиеся на групповое мышление.

Методические указания для обучающихся при самостоятельной работе:

В ходе самостоятельной работы обучающийся должен освоить теоретический материал по изучаемой дисциплине (отдельные темы, отдельные вопросы тем, отдельные положения и т. д.); закрепить знание теоретического материала; применить полученные знания и практические навыки для анализа ситуации и выработки правильного решения (подготовка к групповой дискуссии, подготовленная работа в рамках деловой игры, письменный анализ конкретной ситуации и т.; применить полученные в рамках дисциплины знания, умения и навыки для формирования собственной позиции, теории, модели.

Результаты самостоятельной подготовки проявляются в активности обучающихся на занятиях и качественном уровне выполненных практических, творческих работ, тестовых заданий, при ответах на зачете.

Контроль степени освоения дисциплины носит комплексный характер и осуществляется в различных формах: тестирование, практическое занятие или его элементы, подготовка реферата, выступление на семинарах и конференциях и т.д. Контролю при этом подлежат не только теоретические знания по дисциплине и степень сформированности необходимых навыков, но и способность к анализу и синтезу полученных знаний.

**15. Перечень основной и дополнительной литературы, ресурсов интернет, необходимых для освоения дисциплины**

а) основная литература:

№ п/п	Источник
1.	Родыгина, Н. Ю. Этика деловых отношений : учебник и практикум для академического бакалавриата / Н. Ю. Родыгина. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 430 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3562-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. <a href="https://www.urait.ru/bcode/425905">https://www.urait.ru/bcode/425905</a>

б) дополнительная литература:

№ п/п	Источник
	Кибанов А. Я., Захаров Д. К., Коновалова В. Г. Этика деловых отношений: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности "Управление персоналом" / А. Я. Кибанов, Д. К. Захаров, В. Г. Коновалова. - Москва: ИНФРА-М, 2010, ISBN 978-5-16-003228-3.-424.-Библиогр.: с. 416-419
	Варламова, И. Ю. Практикум по деловому этикету : учебное пособие / И. Ю. Варламова. — Москва : Российский университет дружбы народов, 2013. — 52 с. — ISBN 978-5-209-05491-7. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. <a href="http://www.iprbookshop.ru/22212">http://www.iprbookshop.ru/22212</a>
	Макаров, В. Г. Асинхронный электропривод с оптимальными режимами работы : монография / В. Г. Макаров. — Казань : Казанский национальный исследовательский технологический университет, 2010. — 300 с. — ISBN 978-5-7882-0998-2. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. <a href="http://www.iprbookshop.ru/1133">http://www.iprbookshop.ru/1133</a>
	Меркулова, Н. В. Business Communication and Correspondence. Деловая коммуникация и коммерческая корреспонденция : учебное пособие / Н. В. Меркулова. — Воронеж : Воронежский государственный архитектурно-строительный университет, ЭБС АСВ, 2013. — 101 с. — ISBN 978-5-89040-471-8. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. <a href="http://www.iprbookshop.ru/22672">http://www.iprbookshop.ru/22672</a>

в) базы данных, информационно-справочные и поисковые системы:

№	Источник
---	----------

п/п	
	Полнотекстовые базы данных ЭБС «Юрайт»: <a href="http://www.biblio-online.ru/">http://www.biblio-online.ru/</a>
	ЭБС «Руконт»: <a href="http://www.rucont.ru/">http://www.rucont.ru/</a>
	СПС «КонсультантПлюс»
	СПС «Кодекс»
	Ресурс Цифровые учебные материалы <a href="http://abc.vvsu.ru/">http://abc.vvsu.ru/</a>

#### 16. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы (

№ п/п	Источник
	Родыгина, Н. Ю. Этика деловых отношений : учебник и практикум для академического бакалавриата / Н. Ю. Родыгина. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 430 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3562-2. — Текст :

#### 17. Образовательные технологии, используемые при реализации учебной дисциплины, включая дистанционные образовательные технологии (ДОТ, электронное обучение (ЭО), смешанное обучение):

При реализации дисциплины проводятся обзорные лекции, проблемные и дискуссионные семинарские занятия.

Проверка индивидуального аналитического задания может осуществляться с использованием дистанционных образовательных технологий (ДОТ).

Программа курса может реализоваться с применением дистанционных образовательных технологий через Образовательный портал "Электронный университет ВГУ" <https://edu.vsu.ru/>, где представлены следующие материалы: программа дисциплины, план семинаров, задания для самостоятельной работы; а также предоставляется возможность в режиме онлайн проводить занятия в соответствии с расписанием.

#### 18. Материально-техническое обеспечение дисциплины:

Учебная аудитория, специализированная мебель, проектор NEC PA500U, экран для проектора, компьютер Shuttle с возможностью подключения к сети "Интернет" (ПО: Win7, MS Office Профессиональный плюс 2010), проводной микрофон, комплект активных громкоговорителей

#### 19. Оценочные средства для проведения текущей и промежуточной аттестаций

Порядок оценки освоения обучающимися учебного материала определяется содержанием следующих разделов дисциплины:

№ п/п	Наименование раздела дисциплины (модуля)	Компетенция(и)	Индикатор(ы) достижения компетенции	Оценочные средства
1.	Понятие и содержание делового протокола и бизнес-этики	ПК-6	ПК-6.1	индивидуальное аналитическое задание
2.	Протокол и этикет делового общения	ПК-6	ПК-6	индивидуальное аналитическое задание
3.	Формирование и развитие имиджа успешного делового партнера	ПК-6	ПК-6.1	реферат
4.	Служебный этикет	ПК-6	ПК-6.1	деловая игра

№ п/п	Наименование раздела дисциплины (модуля)	Компетенция(и)	Индикатор(ы) достижения компетенции	Оценочные средства
5.	Этикет деловых коммуникаций	ПК-6	ПК-6.1	индивидуальное аналитическое задание, тест
6.	Организация и проведение успешных деловых переговоров	ПК-6	ПК-6.1	индивидуальное аналитическое задание
7.	Понятие и содержание международного протокола и этикета	ПК-6	ПК-6.1	индивидуальное аналитическое задание
8.	Служба протокольного обеспечения	ПК-6	ПК-6.1	реферат
9.	Основы дипломатического протокола. Гостевой этикет	ПК-6	ПК-6.1	реферат, презентация
10.	Национальные особенности делового общения	ПК-6	ПК-6.1	индивидуальное аналитическое задание
11.	Невербальные нормы деловых коммуникаций	ПК-6	ПК-6.1	индивидуальное аналитическое задание
12.	Корпоративный этикет и культура общения	ПК-6	ПК-6.1	индивидуальное аналитическое задание, кейс-задача
	Презентации, подарки и сувениры в деловом общении	ПК-6	ПК-6.1	индивидуальное аналитическое задание, кейс-задача
	Итоговое контрольное мероприятие	ПК-6	ПК-6.1	индивидуальное аналитическое задание, кейс-задача
Промежуточная аттестация форма контроля – дифференцированный зачет				

## 20. Типовые оценочные средства и методические материалы, определяющие процедуры оценивания

### 20.1. Текущий контроль успеваемости

Контроль успеваемости по дисциплине осуществляется с помощью следующих оценочных средств:

#### 1) Индивидуальное аналитическое задание в рамках практической подготовки

На основе Ваших наблюдений покажите роль эмоций в деловом общении.

Выполнить презентацию по теме «Корпоративный фирменный стиль торгового предприятия» на конкретном примере.

## 2) Деловая игра, кейс-задача

### Задание 1.

А). Как вы понимаете "золотое правило" нравственности? Обозначьте его содержание в современных условиях. Составьте текст выступления. Приведите примеры из современной жизни, практики.

Б). Примените "золотое правило" нравственности в различных ситуациях:

- 1) два продавца спорят по поводу торговой сделки;
- 2) старый сотрудник нуждается в помощи молодого;
- 3) молодой человек не уступает место в очереди женщине с ребенком;
- 4) голодный крадет кусок хлеба.

Дайте ответы на следующие вопросы и обоснуйте их:

1. Универсально ли "золотое правило"? Достаточно ли одного правила на все случаи жизни? Аргументируйте свой ответ.

2. Почему такие понятия и категории, как нравы, моральные нормы, ценности, идеалы, добро и зло, долг, совесть, честь и достоинство употребляются только в этике или преимущественно в ней? Обоснуйте свой ответ.

### Задание 2.

#### **Шиноремонтная мастерская Plimpton**

Дождливый день. Остановив автомобиль, Беверли Уилльямс отметила, что тормозной путь увеличился на несколько футов против обычного. По возвращении домой она проверила шины и убедилась в том, что они полностью изношены. «Неужели я так давно их поставила?» — подумала про себя Беверли. Впрочем, ответ не имел никакого значения, поскольку необходимость замены шин была очевидна.

Вспомнив о нередко в последнее время рекламировавшейся шиноремонтной мастерской, Беверли отправилась туда за рулем своего «Мустанга» модели 1966 года. В торговый зал она вошла с намерением приобрести комплект недорогих 4-слойных шин на нейлоновой основе. Смысла покупать нечто более дорогостоящее, по мнению Беверли, не было, поскольку автомобилем она пользовалась только для поездок на работу и обратно. Однако ей хотелось иметь на своем автомобиле шины с широкими белыми кругами по диаметру - так машина выглядела привлекательнее. В магазине состоялся следующий разговор: Покупатель. Добрый день. Мне бы новые шины. Продавец. А что у вас за машина? Покупатель. «Мустанг» 66-го года... Диаметр, мне кажется, 14 дюймов... Но я бы хотела что-нибудь не очень дорогое. Продавец (подходит к стеллажу). Вот эти — самые дешевые из тех, у нас есть. Покупатель. На такую сумму я, честно говоря, не рассчитывала. (Ждет ответа и, не получив его, продолжает.) Ну что ж, вероятно, мне придется поискать где-нибудь еще.

#### **Вопросы к кейсу:**

1. А вы купили бы что-нибудь у этого продавца? Почему? Почему нет? 2. В чем состоит ошибка продавца? 3. Как бы вы поступили на месте продавца?

#### **Competition Shoes, Inc.**

Рекламное объявление гласило: «Кроссовки Competition — мы знаем, что нужно для бега». Достаточно было бросить мимолетный взгляд на кроссовки Дейва Уилсона, чтобы понять — больше чем на пару миль их не хватит.

Лишь недавно занявшись спортивным бегом, Дейв настолько пристрастился к этому новому для него хобби, что пробегал уже от 15 до 20 миль еженедельно. Понятно, что для начала Дейв решил обойтись не очень дорогой обувью. Но теперь приобретение высококачественных кроссовок выглядело неизбежным. Тем же вечером Дейв зашел в Competition Shoes: Продавец. Добрый вечер. Чем могу помочь? Покупатель. Я ищу пару

новых кроссовок для бега. Продавец. Вы предпочитаете какую-нибудь определенную марку? Покупатель. Честно говоря, бегом-то я занимаюсь всего три месяца, этому в спортивной обуви разбираюсь слабо. Продавец. Какое расстояние вы пробегаете в неделю? Покупатель. Около 20 миль. Продавец. Это уже немало для начинающего. А в соревнованиях вы планируете участвовать? Покупатель. Начал-то я бегать так, для разминки, как все остальные. Но, вы знаете, бег мне так понравился, что я задумываюсь о марафонной дистанции. Просто чтобы доказать самому себе, что смогу ее пробежать полностью. Продавец. Это уже своего рода соревнование. Покупатель. Да, пожалуй. Продавец. По какому покрытию вы чаще всего бегаєте - по грунту то или по асфальту? Покупатель. На школьной спортплощадке недалеко от моего дома есть грунтовая дорожка, но чтобы добраться до нее, мне нужно пару кварталов бежать по улице. Продавец. Господин Уилсон, у нас есть две модели кроссовок, обе из которых могли бы вам неплохо подойти. (Снимает две пары кроссовок с витрины.) Кроссовки Nike отличаются своей прочностью и просто необходимы тем, кто, как вы, бегают достаточно много. А вот эти кроссовки Big Paw Olympian (показывает Дейву вторую пару) не менее прочны и вдобавок оснащены широкой вибропоглощающей пяткой. Такие кроссовки рекомендуются для бега по твердым покрытиям. Покупатель. Я, пожалуй, примерю модель Olympian. Мне нужен 10-й размер. (Продавец удаляется и вскоре возвращается с парой кроссовок, которые Дейв начинает примерять.) Продавец. Ну, как вы себя в них чувствуете? Покупатель. Великолепно, (ощущает разницу между новыми и своими старыми кроссовками) я их беру. Продавец. Прекрасно! Вы не пожалеете. А теперь взгляните на эти толстые носки специально для бега. Это наша новинка. При вашей беговой нагрузке вам потребуются минимум три пары.

#### **Вопросы к кейсу:**

1. Поясните, в чем проявился профессионализм продавца в описанной ситуации. Допустил ли он, по вашему мнению, какие-либо ошибки? 2. Окажись вы на месте Дейва, стали бы вы покупать у этого продавца? Почему? 3. Чем поведение данного продавца отличается от описанного в предыдущем примере?

#### **Кейс-задача**

Допустим, у вас в подчинении работает человек, который несколько перерос свою должность. Однако, из-за различных объективных причин карьерный рост невозможен, а доход достаточно высок, есть так же комиссионные. Найдите пути дополнительной мотивации такого сотрудника.

На совещании торговых агентов А сообщает, что постоянно теряет заказы из-за того, что конкуренты стали производить новую продукцию и продавать её по заниженным ценам. Коллеги делятся с ним своим опытом успешного конкурентирования каждый в своей области и дают советы, но все предложения А отвергает, находя в них изъяны и твердя, что в его области эти приёмы не срабатывают. Чем больше возражает А, тем больше ему стараются помочь. Через некоторое время руководитель Б замечает: «Я вижу, да, Вы не хотите ничего изменить, и у меня совершенно пропало желание продолжать это обсуждение!». Наступила тишина и общая неловкость.

1. Какую позицию в данной ситуации занимают руководитель А, его коллеги и руководитель Б?

2. Определите стратегию выхода из конфликтной ситуации.

#### **Критерии оценки ситуационных и практических задач:**

Оценка «отлично» ставится в том случае, если в логических рассуждениях и при решении задачи нет ошибок, задача решена рациональным способом.

Оценка «хорошо» ставится в том случае, если в логических рассуждениях и решении нет существенных ошибок, но задача решена нерациональным способом, либо допущено не более двух несущественных ошибок.

Оценка **«удовлетворительно»** ставится в том случае, если в логических рассуждениях нет существенных ошибок, но допущена существенная ошибка в математических расчётах.

Оценка **«неудовлетворительно»** ставится в том случае, если имеются существенные ошибки в логических рассуждениях и в решении, либо отсутствует ответ на задание.

#### **Критерии оценки презентаций.**

**Оценка «отлично»** ставится, в случае если выполнены все требования к оформлению и защите: обозначена тема, изложена собственная позиция, сформулированы выводы, тема

раскрыта полностью, выдержан объём, соблюдены требования к внешнему оформлению, даны правильные ответы на дополнительные вопросы.

**Оценка «хорошо»** – основные требования к презентации и ее защите выполнены, но при этом допущены недочёты.

В частности, имеются неточности в изложении материала; отсутствует логическая последовательность в суждениях; не выдержан объём; имеются упущения в оформлении; на дополнительные вопросы при защите даны неполные ответы.

**Оценка «удовлетворительно»** – имеются существенные отступления от требований. В частности: тема освещена лишь частично; допущены фактические ошибки в содержании или при ответе на дополнительные вопросы; во время защиты отсутствует вывод.

**«Неудовлетворительно»** – тема не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы.

#### **4) Темы рефератов**

1. Этические проблемы в торговых организациях и их решение.
2. Социальная ответственность торговой организации.
3. Ценностные ориентации и моральные качества предпринимателя-коммерсанта.
4. Вербальное и невербальное общение в торговле.
5. Выявление потребностей и нужд покупателей в процессе личного общения.
6. Техника борьбы с возражениями клиентов.
7. Средства прямого маркетинга и присущие им виды общения.
8. Этические аспекты использования сети Интернет в деловых отношениях в торговле
9. Применение в бизнесе сервисов мгновенного обмена сообщениями.
10. Способы проведения совещаний в сфере продаж при помощи современных интерактивных технологий
11. Использование электронной почты в деловых отношениях в торговле

#### **Критерии оценивания рефератов**

**Новизна текста:** а) актуальность темы исследования; б) новизна и самостоятельность в постановке проблемы или формулировании нового аспекта известной проблемы, установлении новых связей (межпредметных, внутрипредметных, интеграционных); в) умение работать с исследованиями, критической литературой, систематизировать и структурировать материал; г) явленность авторской позиции, самостоятельность оценок и суждений; д) стилевое единство текста, единство жанровых черт.

**Степень раскрытия сущности вопроса:** а) соответствие плана теме реферата; б) соответствие содержания теме и плану реферата; в) полнота и глубина знаний по теме; г) обоснованность способов и методов работы с материалом; е) умение обобщать, делать выводы, сопоставлять различные точки зрения по одному вопросу (проблеме).

**Обоснованность выбора источников:** а) оценка использованной литературы: привлечены ли наиболее известные работы по теме исследования (в т.ч. журнальные публикации последних лет, последние статистические данные, сводки, справки и т.д.).

**Соблюдение требований к оформлению:** а) насколько верно оформлены ссылки на используемую литературу, список литературы; б) оценка грамотности и культуры изложения (в т.ч. орфографической, пунктуационной, стилистической культуры), владение терминологией; в) соблюдение требований к объёму реферата.

**Оценка «отлично»** ставится, если выполнены все требования к написанию и защите реферата: обозначена проблема и обоснована её актуальность, сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция, сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, выдержан объём, соблюдены требования к внешнему оформлению, даны правильные ответы на дополнительные вопросы.

**Оценка «хорошо»** – основные требования к реферату и его защите выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала; отсутствует логическая последовательность в суждениях; не выдержан объём реферата; имеются упущения в оформлении; на дополнительные вопросы при защите даны неполные ответы.

**Оценка «удовлетворительно»** – имеются существенные отступления от требований к реферированию, в частности, тема освещена лишь частично; допущены фактические ошибки в содержании реферата или при ответе на дополнительные вопросы; во время защиты отсутствует вывод.

**Оценка «неудовлетворительно»** – тема реферата не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы.

## 20.2. Промежуточная аттестация

Промежуточная аттестация по дисциплине осуществляется с помощью следующих оценочных средств:

- оценка работы на практических занятиях в течение семестра;
- представление результатов индивидуального аналитического задания, ответы на экзаменационные вопросы.

### Вопросы к дифференцированному зачету

1. Проблема ценностей в бизнесе.
2. Личность работника сферы торговли и ее нравственные ориентации.
3. Проблема морального выбора в сфере продаж.
4. Этические проблемы деловых отношений в торговле.
5. Этика деловых отношений как элемент корпоративной культуры.
6. Факторы деловых отношений в коммерческой деятельности.
7. Социальная ответственность торговых организаций.
8. Этические нормы в деятельности торговых организаций.
9. Уровни регулирования деловой этики в торговой организации.
10. Этика коммерческого директора
11. Управление этическими нормами межличностных отношений команды продаж
12. Этика делового общения при персональных продажах.
13. Этика взаимоотношений торгового персонала с начальником отдела продаж.
14. Этика решения спорных вопросов и конфликтных ситуаций в торговле.
15. Вербальное общение в ситуациях, связанных с торговой деятельностью

16. Невербальное общение в ситуациях, связанных с торговой деятельностью
17. Управление деловым общением в торговле.
18. Имидж и репутация предпринимателя-коммерсанта
19. Основные барьеры маркетинговой коммуникации.
20. Деловая беседа. Аргументация и контраргументация.
21. Обсуждение и дискуссия как формы делового общения в сфере продаж.
22. Достоинства и основные недостатки спора.
23. Основные способы урегулирования деловых конфликтов и споров.
24. Персональная продажа как элемент системы маркетинговых коммуникаций.
25. Последовательность этапов персональной продажи.
26. Атмосфера персональных продаж.
27. Пространство и время как скрытые средства делового общения в торговле.
28. Технические средства общения в осуществлении продаж.
29. Дистанция общения. Выбор места для общения.
30. Временные, эргономические, физиологические и психологические барьеры делового общения в торговле.
31. Правовые, социальные, лингвистические и этнокультурные барьеры делового общения в торговле.
32. Навыки делового общения, необходимые для успешного завершения сделки.
33. Техника публичного выступления.
34. Использование законов риторики в при деловых переговорах.
35. Теория аргументации.
36. Техника ведения переговоров с установкой на сотрудничество.
37. Виды деловых бесед, типы собеседников. Беседа как средство разрешения конфликта.
38. Правила эффективного слушания.
39. Культура спора.
40. Техника общения в условиях конфликтных взаимоотношений.
41. Сложности этического ведения бизнеса.
42. Соблюдение нравственных критериев в трудовых отношениях.
43. Основные формы нарушения этических правил в деловом общении.
44. Деловой этикет. Функции этикета.
45. Этикет приветствия.
46. Имидж. Репутация.
47. Деловой протокол
48. Приемы и их организация.
49. Специфика международного и межрелигиозного этикета.
50. Национальные особенности делового общения.
51. Ошибки, совершаемые с иностранными партнерами и их устранение.
52. Виды делового общения: личное, по телефону, посредством переписки
53. Телефонный этикет.
54. Этикет делового подарка
55. Методы аргументации в споре.
56. Виды и условия эффективного слушания.
57. Ошибка атрибуции в общении.
58. Факторы, определяющие этический выбор.
59. Развитие коммуникационных навыков и тренинги по продажам.

## 60. Конфликты в торговых организациях.

Оценка за дифференцированный зачет формируется исходя из оценок заданий, выполненных в ходе семестра и оценки за экзаменационное задание (групповой проект). Для оценивания используется 4-балльная шкала: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно»

Соотношение показателей, критериев и шкалы оценивания результатов обучения:

Критерии оценивания компетенций	Шкала оценок
Групповые проекты выполнены на «отлично», доклады, дискуссии, работа на семинарских занятиях оценены как «зачтено»	Отлично
Групповые проекты выполнены на «отлично» и «хорошо», доклады, дискуссии, работа на семинарских занятиях оценены как «зачтено»	Хорошо
Групповые проекты выполнены на «хорошо» и «удовлетворительно», доклады, дискуссии, работа на семинарских занятиях оценены как «зачтено», допускается наличие не более одной оценки «не зачтено»	Удовлетворительно
Групповые проекты не выполнены или выполнены на оценку «неудовлетворительно», доклады, дискуссии, работа на семинарских занятиях оценены преимущественно как «не зачтено»	Неудовлетворительно

При проведении промежуточной аттестации обучающихся с применением дистанционных образовательных технологий применяются аналогичные требования.