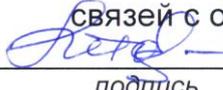


МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ  
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
(ФГБОУ ВО «ВГУ»)

УТВЕРЖДАЮ  
Заведующий кафедрой  
связей с общественностью  
  
Е.Е.Топильская  
подпись

22.06.2017

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

### Б1.В.ДВ.03.01 Этикет и имидж

*Код и наименование дисциплины в соответствии с Учебным планом*

**1. Шифр и наименование направления подготовки/специальности:**

42.03.01 – реклама и связи с общественностью

**2. Профиль подготовки/специализации:** СО в СМИ

**3. Квалификация (степень) выпускника:** бакалавр

**4. Форма образования:** очная

**5. Кафедра, отвечающая за реализацию дисциплины:** связей с общественностью

**6. Составители программы:** Сухоруких Ирина Александровна, кандидат педагогических наук, доцент

**7. Рекомендована:** Научно-методическим советом факультета журналистики (протокол № 8 от 30.05.2017 г.)

**8. Учебный год:** 2018-2019

**Семестр(-ы):** 4

**9. Цели и задачи учебной дисциплины.**

**Цели:** Выяснить взаимосвязь нравственного поведения и личного имиджа публичной персоны, пути их гармоничного сопряжения и самосовершенствования личности профессионала в сфере связей с общественностью.

**Задачи:**

- а) Выяснить объем понятий «этика» и «этикет».
- б) Установить границы понятия «имидж» по отношению к понятию «этикет»;
- в) Продемонстрировать сущностную взаимосвязь этикета и личного имиджа публичной персоны в связи с задачами публичных рилейшнз и позиционированием в СМИ.

**10. Место учебной дисциплины в структуре ООП:** (блок Б1, базовая или вариативная часть, к которой относится дисциплина; требования к входным знаниям, умениям и навыкам; дисциплины, для которых данная дисциплина является предшествующей))

Учебная дисциплина «Этикет и имидж» относится к вариативной части рабочего учебного плана подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» (дисциплины по выбору). Учебная дисциплина «Этикет и имидж» является последующей для дисциплины Б1.Б.15 «Основы связей с общественностью» (2 семестр) и предшествующей для дисциплины Б1.Б.34 «Политические технологии в рекламе и связях с общественностью» (7 семестр).

Будучи преимущественно прикладной, настоящая дисциплина дает представление о многообразии деятельности специалиста по связям с общественностью в XXI веке. Ввиду усложняющихся задач продвижения организации и ее взаимодействия с многообразными целевыми аудиториями – внутренними (персонал, топ-менеджмент), внешними (клиентами, партнерами, СМИ, органами государственной власти) в условиях межкультурной коммуникации консалтинг в межкультурной коммуникации призван способствовать гармонизации общественных отношений.

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

Компетенция		Планируемые результаты обучения
Код	Название	
ОПК-5	умение проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия	Знать: принципы работы в коллективе и в команде Уметь: планировать и реализовывать имиджевые проекты. Владеть: навыком концептуализации имиджевого проекта с учетом предпочтений.
ОПК-6	способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности	Знать: общие закономерности, нормы и правила делового общения. Уметь: применять знания по имиджу и этикету в ходе профессиональных коммуникаций и взаимодействий. Владеть: нормами международного делового этикета и протокола.
ПК-6	способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации	Знать: основные виды и формы организации имиджевой коммуникации компании для внутренней и внешней общественности. Уметь: формулировать имиджевый месседж в расчете на предпочтения целевой аудитории. Владеть: навыком донесения месседжа для целевой аудитории.

**12. Объем дисциплины в зачетных единицах/час.** (в соответствии с учебным планом)  
— 72 часа /2 ЗЕТ.

**Форма промежуточной аттестации (зачет/экзамен) зачет.**

### 13. Виды учебной работы

Вид учебной работы	Трудоемкость			
	Всего	По семестрам		
		4 семестр		
Аудиторные занятия	30	30		
в том числе:				
лекции	-	-		
практические	-	-		
лабораторные	30	30		
Самостоятельная работа	42	42		
Форма промежуточной аттестации (зачет)				
Итого:	<b>72</b>	<b>72</b>		

В курсе представлены интерактивные формы занятий, осуществляемые в виде разбора конкретных ситуаций, практических занятий в диалоговом режиме, групповых дискуссий, реагирования на презентационные материалы, «мозгового штурма».

#### 13.1. Содержание дисциплины

п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела дисциплины
<b>1. Лекции</b>		
1.1	-	-
<b>2. Практические занятия</b>		
2.1	-	-
<b>3. Лабораторные работы</b>		
3.1	Этикет и этикетные качества и требования	Нормы этикета. Вежливость. Бесконфликтность. Толерантность.
3.2	Имидж и типы имиджа	Имидж. Репутация. Многоаспектная типология имиджа.
3.3	Этикет и публичная личность	Публичная личность как носитель этикета. Этикет как показатель культуры личности.
3.4	Ситуативный этикет и деловой протокол	Этикетные ситуации. Деловой протокол. Учет менталитета личностей и групп в межкультурном общении.
3.5	Имидж делового человека: гендерный аспект	Деловой человек как носитель этикета и имиджа. Различия по полу, возрасту, социальному статусу.
3.6	Этикет в технически опосредованной коммуникации	Технически опосредованная коммуникация как сфера этикетных ситуаций. Телефонный разговор. SMS. Электронная почта.
3.7	Деловое письмо в системе этикетных отношений и имидж	Деловое письмо как отражение производственной ситуации. Этикет деловой письменной коммуникации. Деловое письмо как имиджеформирующий фактор.
3.8	Имиджевые тексты и паратексты	Байлайнер, поздравление, визитка, резюме как средства формирования имиджа личности.
3.9	Имидж и конфликт	Особенности конструирования имиджа в конфликтных ситуациях.

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

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Виды занятий (часов)				
		Лекции	Практические	Лабораторные	Самостоятельная работа	Всего
1	Этикет и этикетные качества и требования	-	-	2	4	8
2	Имидж и типы имиджа	-	-	4	4	8
3	Этикет и публичная	-	-	4	6	8

	личность					
4	Ситуативный этикет и деловой протокол	-	-	4	4	8
5	Имидж делового человека: гендерный аспект	-	-	2	4	8
6	Этикет в технически опосредованной коммуникации	-	-	4	6	8
7	Деловое письмо в системе этикетных отношений и имидж	-	-	4	6	8
8	Имиджевые тексты и паратексты	-	-	4	4	8
9	Имидж и конфликт	-	-	2	4	8
	<b>Итого:</b>	-	-	<b>30</b>	<b>42</b>	<b>72</b>

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

(рекомендации обучающимся по освоению дисциплины: работа с конспектами лекций, презентационным материалом, выполнение практических заданий, тестов, заданий текущей аттестации и т.д.)

Система высшего образования предполагает рациональное сочетание таких видов учебной деятельности как лабораторные занятия, самостоятельная работа студентов, а также контроль полученных знаний.

Основной рекомендацией следует считать приобретение студентом желания освоить данную дисциплину. Преподаватель и студент должны решить эту проблему совместно. Желание может возникнуть тогда, когда выполняемая работа понятна и даёт конкретный результат. Этому может способствовать активность студента на аудиторных занятиях и регулярная самостоятельная работа, что в итоге даёт хорошие показатели на контрольных мероприятиях, а вместе с этим уверенность студента в своих возможностях.

**Лабораторные занятия** позволяют научиться применять теоретические знания, полученные на лекции, при решении конкретных задач. Чтобы наиболее рационально и полно использовать все возможности практических занятий, для подготовки к ним следует: разобрать лекцию по соответствующей теме, ознакомиться с соответствующим разделом учебника, проработать дополнительную литературу и источники, решить задачи и выполнить другие письменные задания.

Студенту не следует стремиться к механическому запоминанию методик, приведенных определений и положений, если требования прямо не указывают на это. Гораздо эффективнее понять их смысл, опираясь на лекционный материал и материал, содержащийся в рекомендованной литературе. Сказанное особенно эффективно, когда речь идет о требованиях типа «понимает», имеет представление».

На лабораторных занятиях практикуются экспресс-опросы студентов, проведение мозговых штурмов при решении кейсов и задач по курсу.

**Самостоятельная работа студентов** способствует глубокому усвоению учебного материала и развитию навыков самоорганизации и самообразования. Самостоятельная работа предполагает следующие составляющие:

- работу с текстами: учебниками, справочниками, дополнительной литературой, в том числе с использованием материалов ЗНБ ВГУ и Университетской библиотеки Онлайн, а также проработку конспектов лекций;
- анализ и оценку имиджей;
- работу с периодическими изданиями по проблемам связей с общественностью;
- выдвижение креативной идеи имиджевого проекта;
- создание имиджевых текстов;
- выполнение домашних заданий и подготовку к лабораторным занятиям;
- работу над темами для самостоятельного изучения;
- подготовку к зачету.

Самостоятельная работа студентов по учебной дисциплине «Этикет и имидж» предполагает изучение рекомендуемой литературы. Кроме базовых учебников рекомендуется самостоятельно использовать имеющиеся в библиотеке учебно-методические пособия. Независимо от вида учебника, работа с ним должна происходить в течение всего семестра.

При ознакомлении с каким-либо разделом рекомендуется прочитать его целиком, стараясь уловить общую логику изложения темы. При повторном чтении хорошо акцентировать внимание на ключевых вопросах и основных положениях и формулах. Можно составить их краткий конспект.

Степень усвоения материала проверяется следующими **видами контроля**:

- текущий (решение задач, проект);

- промежуточный (зачет).

Зачет – форма проверки знаний и навыков, полученных на лекционных и практических занятиях. Для успешной сдачи зачета необходимо выполнить следующие рекомендации – готовиться к зачету следует систематически, в течение всего семестра.

При подготовке к зачету необходимо пользоваться не только рекомендованным источником по теоретическому материалу, но и сведениями из дополнительной литературы, результатами самостоятельного изучения, сведениями, полученными из ранее освоенных дисциплин.

**15. Перечень основной и дополнительной литературы, ресурсов интернет, необходимых для освоения дисциплины** (список литературы оформляется в соответствии с требованиями ГОСТ и используется общая сквозная нумерация для всех видов источников)

а) основная литература:

№ п/п	Источник
1	Реклама и связи с общественностью : теория и практика. Учеб. пос. / под ред. В.В.Тулупова. – Воронеж : ИД ВГУ, 2015.
2	Горчакова В.Г. Имиджология. Теория и практика: [Учебное пособие для студентов вузов] / В.Г. Горчакова. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2011.

б) дополнительная литература:

№ п/п	Источник
3	Воронин В.П. Этика деловых отношений: основы коммерческой дипломатии : учебн.пос. / В.П.Воронин, А.И.Лылов. – Воронеж : Изд-во Воронежского университета, 2006. – 224 с.
4	Персикова Т.Н. Межкультурная коммуникация и корпоративная культура : учебн. пос./ Т.Н.Персикова. – М. : Логос, 2007. - 223 с.

в) информационные электронно-образовательные ресурсы (официальные ресурсы интернет)\*:

№ п/п	Ресурс
5	Электронный каталог Научной библиотеки Воронежского государственного университета. – ( <a href="http://www.lib.vsu.ru/">http // www.lib.vsu.ru/</a> ).
6	Социальные и гуманитарные науки. Философия и социология : Библиогр. база данных. 1981–2009 гг. / ИНИОН РАН. – М., 2010. – (CD–ROM).

\* Вначале указываются ЭБС, с которыми имеются договора у ВГУ, затем открытые электронно-образовательные ресурсы

**16. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы** (учебно-методические рекомендации, пособия, задачки, методические указания по выполнению практических (контрольных) работ и др.)

№ п/п	Источник
	-

**17. Информационные технологии, используемые для реализации учебной дисциплины, включая программное обеспечение и информационно-справочные системы (при необходимости)**

Электронный каталог Научной библиотеки Воронежского государственного университета. – ([http // www.lib.vsu.ru/](http://www.lib.vsu.ru/)).

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

(при использовании лабораторного оборудования указывать полный перечень, при большом количестве оборудования можно вынести данный раздел в приложение к рабочей программе) аудитории, проектор, экран, ноутбук.

**19. Фонд оценочных средств:**

**19.1. Перечень компетенций с указанием этапов формирования и планируемых результатов обучения**

Код и содержание компетенции (или ее части)	Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенции посредством формирования знаний, умений, навыков)	Этапы формирования компетенции (разделы (темы) дисциплины или модуля и их наименование)	ФОС* (средства оценивания)
ОПК-5 Обладает умением проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия	Знает принципы работы в коллективе и в команде	Раздел 1 Этикет и этикетные качества и требования. Раздел 3 Этикет и публичная личность.	Мозговой штурм
	Умеет планировать и реализовывать имиджевые проекты	Раздел 4 Ситуативный этикет и деловой протокол. Раздел 5 Этикет в технически опосредованной коммуникации.	Разработка концепции проекта
	Владеет навыком концептуализации имиджевого проекта с учетом предпочтений	Раздел 2 Имидж и типы имиджа. Раздел 5 Этикет в технически опосредованной коммуникации	Защита концепции имиджа
ОПК-6 способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности	Знает общие закономерности, нормы и правила делового общения.	Раздел 3 Этикет и публичная личность. Раздел 4 Ситуативный этикет и деловой протокол. Раздел 7 Деловое письмо в системе этикетных отношений и имидж.	Решение ситуационных задач
	Умеет применять знания по имиджу и этикету в ходе профессиональных коммуникаций и взаимодействий.	Раздел 4. Ситуативный этикет и деловой протокол. Раздел 6 Этикет в технически опосредованной коммуникации протокол. Раздел 7 Деловое письмо в системе этикетных отношений и имидж. Раздел 9 Имидж и конфликт	Решение ситуационных задач
	Владеет нормами международного делового этикета и протокола.	Раздел 1 Этикет и этикетные качества и требования. Раздел 4. Ситуативный этикет и деловой протокол Раздел 7 Деловое письмо в системе этикетных отношений и имидж.	Решение ситуационных задач
ПК-6 обладает способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней	Знает основные виды и формы организации имиджевой коммуникации компании для внутренней и внешней общественности	Раздел 2 Имидж и типы имиджа. Раздел 4. Ситуативный этикет и деловой протокол Раздел 5. Имидж делового человека:	Защита концепции проекта

коммуникации		гендерный аспект. Раздел 7 Деловое письмо в системе этикетных отношений и имидж. Раздел 8. Имиджевые тексты и паратексты. Раздел 9 Имидж и конфликт	
	Умеет сформулировать имиджевый месседж в расчете на предпочтения целевой аудитории	Раздел 7 Деловое письмо в системе этикетных отношений и имидж. Раздел 8. Имиджевые тексты и паратексты. Раздел 9 Имидж и конфликт	Защита концепции проекта
	Владеет навыком донесения месседжа для целевой аудитории	Раздел 4. Ситуативный этикет и деловой протокол Раздел 5. Имидж делового человека: гендерный аспект	Решение ситуационных задач
	<b>Промежуточная аттестация 1 Зачет</b>		

\* В графе «ФОС» в обязательном порядке перечисляются оценочные средства текущей и промежуточной аттестаций.

## 19.2 Описание критериев и шкалы оценивания компетенций (результатов обучения) при промежуточной аттестации

Для оценивания результатов обучения на экзамене/зачете используются следующие показатели:

1. Знание принципов работы в коллективе и в команде; различий и черт сходства имиджа и репутации, типы имиджа.
2. Умение осуществлять взаимодействие с различными типами целевых аудиторий и формулировать имиджевый месседж в расчете на предпочтения.
3. Владение навыком концептуализации имиджевого проекта с учетом предпочтений; навыком донесения месседжа до целевой аудитории.

Для оценивания результатов обучения на зачете используется – зачтено, не зачтено. Соотношение показателей, критериев и шкалы оценивания результатов обучения.

Критерии оценивания компетенций	Уровень сформированности компетенций	Шкала оценок
Глубокое, полное и верное усвоение программного материала; способность применить теоретические положения к анализу практической деятельности современных имиджмейкеров; убедительная аргументация и самостоятельные суждения, анализирует имидж в этикетной ситуации.	Повышенный уровень	Зачтено
Выставляется студенту, если ответ не соответствует критериям ЗАЧТЕНО. Студент беспомощен в анализе имиджа, не способен выявить имиджевые риски.	–	Не зачтено

### 19.3 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

#### 19.3.1 Перечень вопросов к зачету:

- 1 Имидж как результат деятельности PR-специалиста.
- 2 Ценностные характеристики имиджа.
- 3 Эмоционально-психологические характеристики имиджа.
- 4 Конфликт и репутация.
- 5 Репутация и имидж.
- 6 Ситуативный этикет.
- 7 Резюме: этикетный и имиджевый аспекты.
- 8 Визитка: этикетный и имиджевый аспекты.
- 9 Деловое письмо: этикетный и имиджевый аспекты.
- 10 Гендерный аспект имиджа.
- 11 Этикет и имидж: межкультурный аспект.
- 12 Анализ имиджа в этикетной ситуации
- 13 Нормы этикета. Вежливость. Бесконфликтность. Толерантность.
- 14 Имидж. Репутация. Многоаспектная типология имиджа.
- 15 Публичная личность как носитель этикета. Этикет как показатель культуры личности.
- 16 Этикетные ситуации. Деловой протокол. Учет менталитета личностей и групп в межкультурном общении.
- 17 Деловой человек как носитель этикета и имиджа. Различия по полу, возрасту, социальному статусу.
- 18 Технически опосредованная коммуникация как сфера этикетных ситуаций. Телефонный разговор. SMS. Электронная почта.
- 19 Деловое письмо как отражение производственной ситуации. Этикет деловой письменной коммуникации. Деловое письмо как имиджеформирующий фактор.
- 20 Байлайнер, поздравление, визитка, резюме как средства формирования имиджа личности.
- 21 Имидж и конфликт.

#### 19.3.2 Перечень практических заданий

Разработать имиджевый проект на одну из тем:

1. Имидж территории,
2. Имидж публичной персоны,
3. Имидж руководителя государственного учебного заведения.

Комплект заданий для лабораторных работ.

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела дисциплины
<b>Лабораторные</b>		
1	Этикет и этикетные качества и требования	Нормы этикета. Вежливость. Бесконфликтность. Толерантность. <b>Лабораторная работа № 1.</b> Выясните черты сходства и различия для пар близких (синонимичных) и смежных (связаны сферой функционирования) понятий и их дефиниций. 2. В таблице отразите объем понятий и их релевантные признаки. 3. Дополните таблицу иными понятиями, которые характеризуют межличностные, внутри- и межгрупповые, массовые (личность – массовая аудитория; группа – массовая аудитория и т.п.) отношения. 3. Сопровождайте дефиниции ссылками на лексикографические источники (словари), источники научной мысли (учебники, пособия, статьи, монографии) и мнения практиков (отраслевые СМИ, Интернет-форумы, блоги и т.п.). 4. Дополните список рекомендованной литературы полными библиографическими описаниями самостоятельно собранных и процитированных Вами

		источников.
2	Имидж и типы имиджа	Имидж. Репутация. Многоаспектная типология имиджа. <b>Лабораторная работа № 2</b> 1.Выясните черты сходства и различия в дефинициях имиджа, предложенных разными учеными и / или практиками. Отрадите их в таблице. 2. Мотивируйте выбор предпочтительной (по возможности универсальной) дефиниции.
3	Этикет и публичная личность	Публичная личность как носитель этикета. Этикет как показатель культуры личности. <b>Лабораторная работа № 3</b> 1.Приведите пример пословицы, притчи, сказки, мифа, цитаты великого человека и т.п., где дается оценка личности с точки зрения этикета. Обоснуйте выбор. 2. Приведите пример, когда нарушение этикета характеризовало публичную личность.
4	Ситуативный этикет и деловой протокол	Этикетные ситуации. Деловой протокол. Учет менталитета личностей и групп в межкультурном общении. <b>Лабораторная работа № 4</b> 1.Из художественного произведения, публицистики, мемуаристики приведите пример этикетной ситуации. 2. Как ведут себя ее участники (этикетно / неэтикетно). 3. Приведите пример соблюдения делового протокола современными политиками либо отступления от него. Как то или иное характеризует публичную персону?
5	Имидж делового человека	Деловой человек как носитель этикета и имиджа. Различия по полу, возрасту, социальному статусу. <b>Лабораторная работа № 5</b> Предложите алгоритм самопрезентации для специалиста или бакалавра рекламы и связей с общественностью, поступающего: а) в магистратуру факультета журналистики на направление «Реклама и связи с общественностью» или «Журналистика» (беседа с деканом); б) на работу в рекламное / ПР-агентство или в пресс-службу / ПР-отдел организации (беседа с руководителем); в) в туристическое агентство на работу; г) в строительную компанию на работу; д) в политическую партию на работу и т.п. Обоснуйте выбор того, на какой тип текста уместнее опираться (резюме, автобиографию) при собеседовании с работодателем, в случае контактов по электронной почте, при телефонных переговорах для достижения жизненных целей (продолжения вузовского обучения; устройства на работу; соискания более высокой должности; при переходе на более оплачиваемую работу и т.п.).
6	Этикет в технически опосредованной коммуникации	Технически опосредованная коммуникация как сфера этикетных ситуаций. Телефонный разговор. SMS. Электронная почта. <b>Лабораторная работа № 6</b> 1.Отразите в таблице черты сходства и различия видов коммуникации: телефон, электронная почта, SMS, SMM. 2.Дополните таблицу неучтенными особенностями.
7	Деловое письмо в системе этикетных отношений и имидж	Деловое письмо как отражение производственной ситуации. Этикет деловой письменной коммуникации. Деловое письмо как имиджеформирующий фактор. <b>Лабораторная работа № 7</b> Написать деловое письмо на одну из предложенных тем, оформить в соответствии с требованиями: Письмо-приглашение; Гарантийное письмо; Письмо-просьба; Письмо-отказ; Письмо-ответ; Благодарственное письмо; Письмо-предложение.

8	Имиджевые тексты и этикет	Этикет публичной письменной коммуникации. Журналистские тексты и имидж. Паблисити. Деловое письмо как имиджеформирующий фактор. Байлайнер, поздравление, приглашение, визитка, резюме как средства формирования имиджа личности и / или организации. Лабораторная работа № 8
9	Имидж и конфликт	Изучите конфликтные ситуации и оцените, какое влияние на имидж объекта они оказали.

### 19.3.3 Тестовые задания

#### Вариант 1

- 1 Верны ли определения?
  - А) Один из основных способов нормативной регуляции действий человека в обществе; форма общественного сознания – это мораль.
  - Б) Формы поведения, деятельности и отношений людей; моральная практика – это нравственность.
- 2 В деловой этике осознание невозможности немедленного преодоления слабости партнера, его недостатков – это проявление принципа \_\_\_\_\_
- 3 Продолжите фразу: «Будучи модным, костюм должен....»
- 4 Автором термина “этика” является \_\_\_\_\_
- 5 Выберите верные определения:
  - А) Отношения, в которые вступают люди, совершая моральные (аморальные) поступки, — это нравственные отношения.
  - Б) Отношения, в которые вступают люди, совершая моральные (аморальные) поступки, — это нравственная деятельность.
- 6 Верны ли определения?
  - А) Раздел этики, где выясняется место морали в системе общественных отношений применительно к конкретным социальным условиям, называется социальной этикой.
  - Б) Раздел этики, где выясняется место морали в системе общественных отношений применительно к конкретным социальным условиям, называется профессиональной этикой.
- 7 Верны ли утверждения?
  - А) Термин “этика” появился в древней Греции.
  - Б) Термин “этика” появился в Европе эпохи Возрождения.
- 8 Верны ли утверждения?
  - А) У себя в кабинете руководитель не встает, если к его столу подходит сотрудник-женщина для решения текущего вопроса.
  - Б) В случае длительного разговора начальник предлагает сотруднице сесть.
- 9 Выберите один правильный вариант ответа: Какие деловые письма пишутся на гербовом бланке и скрепляются печатью?
  - А) Информационные
  - Б) Рекламные
  - В) Гарантийные
- 10 Выберите один правильный вариант ответа: Какие обязательные атрибуты должно иметь деловое письмо?
  - А) Бланк учреждения с банковскими реквизитами
  - Б) Дата и регистрационный номер
  - В) Ссылка на номер и дату документа
  - Г) Личная подпись руководителя
  - Д) Все перечисленное
- 11 Если вам предстоит познакомить двух людей:
  - А) обязательно представить хотя бы одного человека и можно уйти, предоставляя возможность наладить людям контакт;
  - Б) можно просто сказать: «Познакомьтесь»;
  - В) обязательно и представить: соблюсти порядок при представлении, назвать имя либо отчество, либо имя, отчество, фамилию, желательно упомянуть вид деятельности или род занятий.
- 12 Согласно этикетным нормам не следует представлять:
  - А) младшего по возрасту – старшему по возрасту;
  - Б) женщину – мужчине;
  - В) имеющего более низкий должностной статус – имеющему более высокий должностной статус;
  - Г) одного сотрудника – группе сотрудников.
- 13 Закончите фразу: “Согласно общим правилам вежливости, первый приветствует...”:

- А) опаздывающий – ожидающего;
- Б) старший – младшего;
- В) стоящий – проходящего;
- Г) находящийся в помещении – входящего.

14 Обращение «ты» допустимо:

- А) в официальной обстановке по отношению к хорошо знакомому человеку;
- Б) в неофициальной обстановке при обращении к хорошо знакомому коллеге;
- В) во всех случаях при условии, что вы заранее предложите перейти на «ты».

15 Эталон длительности делового разговора по телефону:

- а) 1-3 минуты;
- б) 7-10 минут;
- в) 3-5 минут;
- г) длительность телефонного разговора зависит от характера обсуждаемой проблемы.

16 Как долго можно держать абонента в режиме ожидания в ситуации делового общения:

- а) это недопустимо;
- б) в зависимости от времени, необходимого для поиска информации;
- в) не более 3 минут;
- г) не более 1 минуты.

17 На официальных приемах темный костюм и белая рубашка являются классическим вариантом для мужчин:

- А) да, это верно;
- Б) нет, на официальных приемах нужно быть во фраке или смокинге;
- В) нет, все зависит от модных тенденций.

18 Смокинг предназначен:

- А) для вечерних неофициальных мероприятий;
- Б) дневных и вечерних неофициальных мероприятий;
- В) официальных вечерних мероприятий.

19 Визитная карточка фирмы не содержит:

- А) полное официальное название фирмы;
- Б) логотип;
- В) почтовый адрес;
- Г) адрес в Интернете;
- Д) телефоны секретариата;
- Е) банковские реквизиты;
- Ж) направление деятельности фирмы.

20 Стандартный размер персональной деловой визитной карточки:

- а) 50 x 90 мм;
- б) 50 x 75 мм;
- в) 50 x 95 мм;
- г) все ответы неверны.

21 Здороваться нужно:

- 1. только утром; 2. столько раз, сколько встречаешь человека; 3. только первый раз при встрече.

22 Услышав комплимент, нужно:

- 1. промолчать; 2. смутиться; 3. сказать «спасибо»; 4. опровергнуть сказанное; 5. согласиться.

23 Установить размеры дистанций деловых переговоров

- А) Интимная
- Б) Личная
- В) Социальная

24 Наиболее торжественная деловая трапеза: ...

- А) Фуршет
- Б) Деловой обед
- В) Деловой ужин
- Г) Деловой завтрак

25 За столом переговоров любят блеснуть красноречием и эрудицией

- А) Французы
- Б) англичане

**Ключ: Вариант 1**

- 1 А, Б
- 2 Терпимости
- 3 соответствовать конкретной ситуации, своему функциональному назначению
- 4 Аристотель

- 5 А
- 6 А
- 7 А
- 8 А, б
- 9 В
- 10 Д
- 11 В
- 12 Б
- 13 А
- 14 В
- 15 А
- 16 А
- 17 А
- 18 В
- 19 Е
- 20 А
- 21 2
- 22 3
- 23 А) 0,15-0,5; Б) 0,6-1,2; В) 1,2-2,5
- 24 В
- 25 А

## **Вариант 2**

- 1 Мораль – это \_\_\_\_\_
- 2 Моральное качество, характеризующее поведение человека, для которого уважение к людям стало повседневной нормой поведения и привычным способом общения с окружающими — это \_\_\_\_\_
- 3 Нравственность – это \_\_\_\_\_
- 4 Выберите один правильный вариант ответа: Как принято обозначать тему делового письма?
  - А) Напечатать другим цветом
  - Б) Подчеркнуть или напечатать заглавными буквами
  - В) Обозначить текстовыделителем
- 5 Выберите один правильный вариант ответа: Какое обращение считается стандартным для деловой переписки неличного характера?
  - А) Дорогой...
  - Б) Уважаемый...
  - В) Господин...
- 6 Выберите один правильный вариант ответа: Какая форма окончания делового письма считается предпочтительной?
  - А) До свидания
  - Б) До встречи
  - В) С уважением
- 7 Верны ли утверждения?
  - А) Лояльный поступок – это поступок человека, благожелательно относящегося к кому-либо.
  - Б) Лояльный поступок – это поступок человека с позиций морального формализма.
- 8 Верны ли утверждения?
  - А) Посетитель, входящий в комнату учреждения, не должен стучать в дверь.
  - Б) Посетитель, входящий в комнату учреждения, должен стучать в дверь.
- 9 Согласно правилам этикета, всегда представляют первыми:
  - А) старших, начальство, более авторитетных людей, равных по положению, возрасту и полу, родителей, женщин, менее близкого знакомого – более близкому;
  - Б) младших по возрасту, сотрудников, менее авторитетных, близких родственников, мужчин (независимо от их возраста и положения), одного – группе;
  - В) тех, кто больше нравится представляющему.
- 10 Когда представляют мужчину:
  - А) он должен встать;
  - Б) он может встать или оставаться сидеть – по своему усмотрению;

В) он может оставаться сидеть, за исключением случаев, когда его представляют высокопоставленному лицу.

11 Первыми приветствуют:

А) младшие по возрасту, рангу – старшего; мужчина – женщину;

Б) те, кто первыми заметили человека;

В) все присутствующие – входящую в помещение женщину, собравшиеся – входящего.

12 В деловых отношениях между мужчиной и женщиной предложение о переходе на «ты» должно исходить:

А) от женщины;

Б) от мужчины;

В) от любого.

13 Звонить по домашнему телефону сослуживцу, деловому партнеру для служебного разговора можно:

А) до 24 часов;

Б) до 20 часов;

В) до 22 часов;

Г) до 18 часов.

14 После какого звонка следует снимать трубку в ситуациях делового общения?

а) после первого звонка;

б) после третьего;

в) сразу;

г) после пятого.

15 Приемлемые аксессуары для деловой женщины:

а) ожерелье, серьги, не более двух колец, часы;

б) кулон, браслет, кольцо;

в) для деловой женщины неприемлемы броский макияж и украшения

г) обручальное кольцо, серьги, часы.

16 Фрак обычно надевают:

А) на праздник;

Б) официальные, торжественные вечерние приемы, а также на балы, исключением являются дневные приемы;

В) официальные торжественные приемы, а также на балы. В особо торжественных случаях – на дневные приемы, проходящие в закрытом помещении.

17 Среди мужских деловых костюмов самым консервативным считается:

А) смокинг, к нему белая рубашка с мягким воротничком; галстук-бабочка в цвет смокинга;

Б) однобортный костюм синего цвета; к нему белая или светло-голубая рубашка, темно-бордовый галстук;

В) однобортный костюм синего цвета; к нему белая или светло-голубая рубашка, однотонный галстук в мелкий горошек или косую полоску.

18 В типовой визитной карточке сотрудника не указывается:

А) должность сотрудника;

Б) служебный телефон;

В) домашний адрес сотрудника;

Г) фамилия, имя;

Д) название фирмы;

Е) почтовый адрес фирмы.

19 Первый вручает свою визитную карточку:

А) младший по должности;

Б) старший по должности.

20 Визитная карточка, на которой не обозначены ФИО сотрудника, называется:

а) корпоративная;

б) визитная карточка для коротких встреч и переговоров;

в) бейдж;

г) персональная деловая визитная карточка.

21 Следует приветствовать:

1. незнакомого человека, который с Вами поздоровался;

2. незнакомого человека, который с Вами не поздоровался;

3. спутника Вашего знакомого;

4. попутчика в городском транспорте, незнакомого с Вами, но встреченного многократно;

5. попутчика в поезде.

22 Выберите уместный комплимент:

1. «Вы сегодня прекрасно выглядите»;

2. «У Вас замечательный автомобиль»;

3. «Ваше платье изумительно подходит к Вашим глазам»;

4. «Вы очень умная женщина».

23 Установить дистанцию:

- 1) Интимная
- 2) Социальная
- 3) Публичная

А) Доклад на конференции; Б) Беседа с клиентом; В) Приветствие партнеров

24 Виды деловых трапез: ...

- А) бизнес-ланч
- Б) барбекю
- В) фуршет
- Г) деловой обед
- Д) пикник

25 По окончании рабочего дня не принято говорить о делах

- А) У французов
- Б) У англичан

1 Ключ: один из основных способов нормативной регуляции действий человека в обществе; форма общественного сознания

2 вежливость

3 формы поведения, деятельности и отношений людей; моральная практика

4 Б

5 Б

6 В

7 А

8 А

9 Б

10 А

11 А

12 А

13 Б

14 А

15 Г

16 В

17 А

18 В

19 А

20 А

21 1

22 3

23 1-Б; 2-В; 3-А

24 А, В, Г

25 Б

#### 19.3.4 Перечень заданий для контрольных работ

**Задание 1** Выясните черты сходства и различия для пар близких (синонимичных) и смежных (связаны сферой функционирования) понятий и их дефиниций:

Этикет. Этика. Вежливость. Воспитанность. Учтивость. Уважительность.

Имидж. Образ. Толерантность. Терпимость. Деликатность. Тактичность.

Пунктуальность. Обязательность. Ответственность. Репутация. Паблсити.

Диффамация. Опорочивание. Конфликт. Спор. Унижение. Доброе имя.

Ксенофобия. Дружелюбие. Грубость. Агрессивность. Аффективность. Бесконфликтность.

**Задание 2** Лаконично (в 5 – 7 предложениях) охарактеризуйте тот или иной тип личности, воплощенный в одной из пословиц или поговорок, в одном из крылатых выражений. Акцентируйте внимание на отражении в их содержании взаимосвязи этикета, этики и задач создания личностного имиджа.

- А) «В человеке должно быть всё прекрасно: и лицо, и одежда, и душа, и мысли» (А.П.Чехов);  
Б) Хороший почерк – признак вежливости, каллиграфический почерк – признак благородства.  
В) «Мы любим не человека, а его свойства» (Блез Паскаль);  
Г) «Осознать ошибку – мудрость. Не скрыть ошибку – честность» (Цзи Юнь);  
Д) Точность – вежливость королей;  
Е) Пел про себя и разгневался: никто не подпевает (осетинская пословица);  
Ж) Плох тот, кто не хочет, чтобы его видели (арабская пословица);  
З) Будешь плох – не поможет и Бог (русская пословица);  
Е) После меня хоть потоп.

**Задание 3** На первом заседании госДумы шестого созыва 12.01.2012 по ТВ показали депутата И.Кобзона разговаривавшим по мобильному телефону в то время, как сидевший на ряд ниже депутат выступал. Дайте оценку тому, как характеризует И.Кобзона такое поведение в официальной ситуации? Почему председатель госДумы С.Е.Нарышкин не сделал замечания депутату?

**Задание 4** Проанализируйте слоганы лидера ЛДПР во время кампании по избранию президента РФ в 2012 году «Жириновский или будет хуже», «Жириновский и будет лучше». В чём, на Ваш взгляд, состоит причина вариативности слогана? Предложите Ваш вариант слогана для лидера ЛДПР к кампании по выборам президента РФ.

**Задание 5** Проанализируйте слоганы ЛДПР во время выборов в государственную Думу в 2011 году «Мы за русских, мы за бедных!» и «Мы за бедных!». В чём, на Ваш взгляд, состоит причина вариативности слогана? Сравните прагматическую направленность слоганов «Мы за бедных» и «Мы против нищих», «Мы за бедных» и «Мы за богатых», оптимизируйте слоган для ЛДПР.

### Эталонные ответы

1	Вежливость – общеэтикетное требование. Деликатность – утонченное проявление вежливости.
2	(А)Таков облик гармоничной личности. (Е) Так характеризуется безответственная личность.
3	Поведение депутата неэтикетное. Характеризует пренебрежение к законотворческой деятельности (исполнению обязанностей). Спикер позаботился об имидже публичной персоны.

#### 19.3.5 Темы курсовых работ

1. Личный и публичный имидж: единство, взаимосвязь, специфика.
2. Технологии самопрезентации и продвижения, их содержание и многообразие форм.

#### 19.3.6 Темы рефератов

Не предусмотрены

#### **19.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций**

Оценка знаний, умений и навыков, характеризующая этапы формирования компетенций в рамках изучения дисциплины осуществляется в ходе текущей и промежуточной аттестаций.

Текущая аттестация проводится в соответствии с Положением о текущей аттестации обучающихся по программам высшего образования Воронежского государственного университета. Текущая аттестация проводится в форме (*указать* *нужное*): решение задач, проект. Критерии оценивания приведены выше.

Промежуточная аттестация проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по программам высшего образования.

Контрольно-измерительные материалы промежуточной аттестации включают в себя теоретические вопросы, позволяющие оценить уровень полученных знаний и/или практическое(ие) задание(я), позволяющее(ие) оценить степень сформированности умений и(или) навыков.

При оценивании используются качественные шкалы оценок.

Критерии оценивания приведены выше.