

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЦИВІЛЬНОГО ЗАХИСТУ УКРАЇНИ

НАВЧАЛЬНО-НАУКОВО-ВИРОБНИЧИЙ ЦЕНТР

КАФЕДРА МЕНЕДЖМЕНТУ

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

«Етика бізнесу»

циклу вибіркової професійної підготовки
за освітньо-професійною програмою «Туризм»
підготовки за першим (бакалаврським) рівнем вищої освіти
у галузі знань 24 «Сфера обслуговування»
за спеціальністю 242 «Туризм»
мова навчання – українська

Рекомендовано кафедрою менеджменту
на 2022-2023 навчальний рік

Протокол від «29» серпня 2022 року № 1

Силабус розроблений відповідно до Робочої програми навчальної дисципліни
«Етика бізнесу»

2022 рік

Загальна інформація про дисципліну

Анотація дисципліни

Навчальна дисципліна «Етика бізнесу» є логічним продовженням освоєння здобувачами вищої освіти спеціальності «Туризм» циклу вибірково професійної підготовки, освоєння якої передбачає підвищення рівня професійної компетенції майбутнього фахівця у сфері туризму, набуття фундаментальних теоретичних знань і практичних навичок щодо основ етичних принципів, норм і правил взаємовідносин між основними суб'єктами підприємницької діяльності.

Завданням вивчення дисципліни «Етика бізнесу» є надання ґрунтовних знань з теорії ділової етики, розвитку аналітичних навичок вирішення проблем на основі етичних принципів, формування установок притаманних менеджеру та різним стилям керівництва для вироблення стратегії соціального управління, оволодіння знаннями про загальні норми ділового та службового етикету та міжнародного ділового протоколу.

Відмінною особливістю даного курсу є те, що значна увага приділяється аспекту практичної підготовки майбутніх працівників, які здатні до співпраці з діловими партнерами і клієнтами, вміють забезпечувати з ними ефективні комунікації; володіють мистецтвом ведення ділових зустрічей, бесід, протокольними правилами офіційних прийомів; здатні працювати у міжнародному середовищі на основі етичного ставлення до несхожості до інших культур, поваги до різноманітності та мультикультурності, розуміння місцевих і професійних традицій інших країн, розпізнавання міжкультурних проблем у професійній практиці.

Інформація про науково-педагогічного працівника

| | |
|-----------------------|---|
| Загальна інформація | Тюріна Діна Миколаївна, доцент кафедри менеджменту, канд. пед. наук, доц. |
| Контактна інформація | м. Харків, вул. Лермонтовська, 28, Робочий номер телефону – 707-18-02. |
| E-mail | 7114729@gmail.com |
| Наукові інтереси | – теоретичні та методологічні засади дослідження туризму; – аналіз ресурсного забезпечення розвитку туристичної індустрії; – особливості ділової етики в туризмі; – особливості обліку туристичної діяльності. |
| Професійні здібності | – професійні знання і значний досвід теоретико-методологічних засади дослідження в туристичній сфері; – значний досвід проведення навчальних занять у вищій школі із застосуванням творчих форм роботи |
| Наукова діяльність за | Google Scholar: https://scholar.google.com.ua/citations?hl=uk&user=J86Hm4QAAAAJ |

| | |
|----------------------|--|
| освітнім компонентом | Web of Science: https://publons.com/researcher/1930881/ (WoS Researcher ID: I-2977-2018). Scopus: https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorId=56677877800 . ORCID: https://orcid.org/0000-0002-1506-5849 |
|----------------------|--|

Час та місце проведення занять з дисципліни

Аудиторні заняття з навчальної дисципліни «Етика бізнесу» проводяться згідно із затвердженим розкладом. Електронний варіант розкладу розміщено на сайті Університету (<http://rozklad.nuczu.edu.ua/timeTable/group>).

Консультації з навчальної дисципліни проводяться протягом семестру щочетверга з 13.55 до 15.15 в аудиторії № 5 Навчально-науково-виробничого центру НУЦЗУ. В разі додаткової потреби здобувача в консультації час погоджується з викладачем.

Мета навчальної дисципліни «Етика бізнесу» є підготовка студентів до професійної діяльності на основі теорії та практики етики сучасного бізнесу, формування у студентів уміння орієнтуватися у світі людських відносин, розуміння та сприйняття етичних норм професійної діяльності, оволодіння основними навичками їх використання

Вивчення дисципліни «Етика бізнесу» забезпечує засвоєння матеріалу таких дисциплін, як «Іміджологія і реклама в туризмі» .

Опис навчальної дисципліни

| Найменування показників | Форма здобуття освіти |
|--|-----------------------|
| | заочна |
| Статус дисципліни | <i>вибіркова</i> |
| Рік підготовки | 4 курс |
| Семестр | 7-й |
| Обсяг дисципліни: | |
| - в кредитах ЄКТС | 5 |
| - кількість модулів | 2 |
| - загальна кількість годин | 150 |
| Розподіл часу за навчальним планом: | |
| - лекції (годин) | 12 |
| - практичні заняття (годин) | 2 |
| - семінарські заняття (годин) | - |
| - лабораторні заняття (годин) | - |
| - курсова робота (годин) | - |
| - інші види занять (годин) | - |
| - самостійна робота (годин) | 136 |

| | |
|--|---------|
| - індивідуальні завдання (науково-дослідне) (годин) | - |
| - підсумковий контроль | екзамен |

Передумови для вивчення дисципліни

Вивчення дисципліни «Етика бізнесу» ґрунтується на знаннях, набутих здобувачами в результаті вивчення дисциплін загальної підготовки на попередніх етапах навчання, таких як: «Українська мова (за професійним спрямуванням)», «Психологія», «Культурологія», «Менеджмент з туризму».

Результати навчання та компетентності з дисципліни

Відповідно до освітньої програми Туризм вивчення навчальної дисципліни повинно забезпечити:

- досягнення здобувачами вищої освіти таких результатів навчання:

| |
|--|
| <i>Програмні результати навчання</i> |
| - |
| <i>Дисциплінарні результати навчання</i> |
| Застосовувати у практичній діяльності принципи і методи організації та технології обслуговування туристів. |
| Здатність розуміти і пояснювати наявне туристичне законодавство, національні й міжнародні стандарти з обслуговування туристів. |
| Здатність забезпечувати відповідальність туристського продукту потребам і інтересам різних груп споживачів. |
| Здатність продемонструвати розуміння дотримання професійних і етичних стандартів високого рівня у діяльності в туристичній галузі. |
| Здатність визначати та пояснювати особливості мистецтва спілкування, управління конфліктами і стресами при реалізації послуг туристичної анімації. |

- формування у здобувачів вищої освіти наступних компетентностей:

| |
|---|
| <i>Програмні компетентності (загальні та професійні)</i> |
| - |
| <i>Очікувані компетентності з дисципліни</i> |
| Здатність формувати та демонструвати лідерські якості та поведінкові навички. |
| Здатність діяти соціально-відповідально та громадсько свідомо на основі етичних міркувань (мотив), повагу до різноманітності та міжкультурності, зокрема при управлінні туристичною діяльністю. |
| Спроможність визначати та пояснювати особливості мистецтва спілкування, управління конфліктами і стресами при управлінні туристичною діяльністю. |

Програма навчальної дисципліни

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1. ОСОБЛИВОСТІ БІЗНЕС ЕТИКИ

ТЕМА 1: ЕТИКА БІЗНЕСУ: СУТНІСТЬ, СПЕЦИФІКА ПРЕДМЕТУ ТА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Етика бізнесу як наука та навчальна дисципліна: предмет, структура, тенденції розвитку. Концептуальні засади етики бізнесу. Світові заходи і методи формування етичної основи трудових відносин у підприємстві. Міжнародні етичні принципи трудових відносин. Міжнародні та регіональні регулятори ділової етики (установи, основоположні документи). Розвиток етики бізнесу в Україні. Взаємовідносини етики бізнесу та іншими галузями знань. Професійні етичні кодекси. Службова етика.

ТЕМА 2: ОСНОВНІ КОНЦЕПЦІЇ ЕТИКИ БІЗНЕСУ

Основні підходи етики бізнесу до вирішення моральних проблем у підприємстві. Релігійна етика. Орієнтація на абсолютні моральні цінності у християнській традиції: проблеми та обмеження. Теорія утилітаризму («суспільної користі»). Концепція І. Бентама. Деонтична етика. Концепція І. Канта. Етика справедливості. Теорія справедливості Дж. Ролза. Моделі прийняття рішень з опорою на філософію моралі. Етичне судження: констатація, думка, оцінка. Протестантська етика. Цілераціональна етика в теорії М. Вебера. Ділова етика і конфуціанство. Сучасне моральне відношення до праці та комерційної діяльності. М. Фрідман: «Етика laissez-faire»- теорія примирення моральних принципів з прагненням до максимальної вигоди. Концепція суспільного маркетингу Ф. Котлера. Концепція «людських відносин» (М.П. Фоллет, Е. Мейо)

ТЕМА 3. ЕТИЧНІ ОСНОВИ ВІДНОСИН У БІЗНЕСІ

Система ділових відносин у бізнесі. Етичні принципи відносин з діловими партнерами. Дотримання домовленостей, взаємна довіра, висока якість роботи. Маркери доброчесності в системі «B2B». Етика відносин між корпораціями. Етичні принципи у взаєминах з постачальниками і субпідрядниками. Система бізнес-партнерства: взаємна повага та довго строковість. Можливість реалізації принципів leanmanagement. Принципи галузевої етики. Відповідальність перед інвесторами. Моральні норми та економічна конкуренція. Етичні та неетичні моделі поведінки. Ознаки недобросовісної та методи добросовісної конкуренції. Форми етичного регулювання конкурентної боротьби. Збір інформації про конкурента: моральний аспект. Базові уявлення про клієнта (споживача) як основа бізнес-етики компанії. Етичні стандарти, норми та правила обслуговування клієнтів. Принципи відкритості, чесності та відповідальності у взаєминах із споживачами. Реалізація постулату: «Турбуйся про клієнта, а ринок

потурбується про тебе». Реклама та «суспільний договір». Комплекс принципів етичної коректності реклами. Відповідальне (етичне) споживання. Держава та бізнес: система партнерства. Обопільний вплив бізнесу та держави щодо формування етичного середовища. Форми етичної регуляції відносин підприємців з представниками державних органів управління та контролю. Корупція як моральна проблема. Причини, форми, види та наслідки корупційних дій. Етична оцінка корупції. Заходи підвищення моральної свідомості та відповідальності бізнесменів та держслужбовців як метод подолання корупції

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2. ЕТИКА СПІЛКУВАННЯ ПРИ ЗДІЙСНЕННІ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

ТЕМА 4. ЕТИЧНИЙ КОДЕКС У СФЕРІ ТУРИЗМУ

Основні положення Глобального етичного кодексу туризму. Сутність, мета, завдання етичного кодексу. Етична відповідальність суб'єкта туристичного бізнесу. Цінності, принципи й правила поведінки. Правила поведінки суб'єкта туристичного бізнесу при взаємодії із клієнтами, при взаємодії з колегами, при взаємодії із суспільством. Цінності, принципи й правила поведінки суб'єкта туристичного бізнесу. Цінність – Компетентність. Цінність – Відкритість. Цінність – Чесність. Цінність – Надійність (і відповідальність?). Цінність – Об'єктивність і незалежність. Цінність – Конфіденційність. Цінність – Професіоналізм.

ТЕМА 5. СУТНІСТЬ І СТРУКТУРА ПРОЦЕСУ ДІЛОВОГО СПІЛКУВАННЯ

Сприйняття та оцінка партнерами один одного. Психологічна характеристика партнера. Обмін інформацією у спілкуванні. Вербальні і невербальні канали зв'язку. Організація взаємодії ділових партнерів.

ТЕМА 6. ФОРМИ ДІЛОВОГО СПІЛКУВАННЯ

Критерії культури усної мови. Проведення ділової бесіди та її аналіз. Ділова розмова по телефону. Специфіка роботи через перекладача. Ділове спілкування з журналістами. Особливості публічного виступу по радіо та на телебаченні. Організація та проведення нарад. Виступ на бізнес зборах. Ділова документація.

ТЕМА 7. ДІЛОВІ ПРИЙОМИ

Класифікація ділових прийомів, їх організація та проведення. Формальні та неформальні ділові прийоми. Сервіровка столу. Подарунки, сувеніри, квіти у ділових відношеннях. Правила оформлення візитівок.

ТЕМА 8. ІМІДЖ

Поняття імідж та репутація. Іміджологія, іміджмейкери. Створення позитивного іміджу. Імідж ділового чоловіка: одяг, манери, набуття необхідних якостей.

Імідж ділової жінки: необхідні поради. Майстер-план по створенню іміджу корпорації. Основні елементи корпоративного іміджу. Помилки, що можуть призвести до втрати іміджу.

ТЕМА 9. НАЦІОНАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ ЕТИКИ БІЗНЕСУ

Культурні відмінності у міжнародному бізнесі. Етикет національного прапора. Національні особливості етики бізнесу в Україні. Етика бізнесу в Європі (Велика Британія, Франція, Німеччина, Іспанія, Італія). Специфіка етики бізнесу у Північній Америці (США, Канада). Особливості національного етикету в азійських державах (Китай, Японія, арабський світ). Національні традиції та їх значення у діловому спілкуванні.

ТЕМА 10. ЕТИКА БІЗНЕСУ В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНИХ ВИКЛИКІВ.

Зміна пріоритетів в умовах світової пандемії. Соціальний імідж бізнесу: нові орієнтири в умовах глобальної пандемії. Соціальна відповідальність бізнесу в умовах карантину Covid19. Етика пандемії: відмова від рукоштовань, карантинний шеймінг та інші прикмети епохи корона вірусу. Етика поведінки в інформаційному просторі. Корпоративна етика: «віддалена робота» та звичні паттерни взаємодії в умовах карантину. ТОП-10 правил бізнес-етики в умовах світової пандемії

Розподіл дисципліни у годинах за формами організації освітнього процесу та видами навчальних занять:

| Назви модулів і тем | Заочна форма навчання | | | | | |
|--|-----------------------|---------------------------------|---------------------|-------------------|----------------------------|--|
| | Кількість годин | | | | | |
| | усього | у тому числі | | | | |
| лекції | | практичні (семінарські) заняття | лабораторні заняття | самостійна робота | модульна контрольна робота | |
| 7 - й семестр | | | | | | |
| ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1. ОСОБЛИВОСТІ БІЗНЕС ЕТИКИ | | | | | | |
| Тема 1: Етика бізнесу: сутність, специфіка предмету та навчальної дисципліни | 13 | 2 | | | 11 | |
| Тема 2: Основні концепції етики бізнесу | 13 | 2 | | | 11 | |
| Тема 3. Етичні основи відносин у бізнесі | 18 | 2 | | | 16 | |
| Разом за модулем 1 | 44 | 6 | | | 38 | |
| ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2. Етика спілкування при здійсненні туристичної діяльності | | | | | | |
| Тема 4. Етичний кодекс у сфері туризму | 13 | 2 | | | 11 | |

| | | | | | | |
|---|------------|-----------|----------|--|------------|--|
| Тема 5. Сутність і структура процесу ділового спілкування | 13 | | | | 13 | |
| Тема 6. Форми ділового спілкування | 13 | 2 | | | 11 | |
| Тема 7. Ділові прийоми | 21 | | | | 21 | |
| Тема 8. Імідж | 13 | | | | 13 | |
| Тема 9. Національні особливості етики бізнесу | 20 | 2 | | | 18 | |
| Тема 10. Етика бізнесу в умовах глобальних викликів | 13 | | 2 | | 11 | |
| Разом за модулем 2 | 106 | 6 | 2 | | 98 | |
| Всього | 150 | 12 | 2 | | 136 | |

Теми лабораторних занять - не передбачено навчальним планом

Теми практичних (семінарських) занять

| № з/п | Назва теми | Кількість годин |
|-------|---|-----------------|
| 1 | Тема 10. Етика бізнесу в умовах глобальних викликів | 2 |
| | Разом | 2 |

Оцінювання освітніх досягнень здобувачів вищої освіти

Засоби оцінювання

Засобами оцінювання та методами демонстрування результатів навчання є: екзамен, реферати, есе, презентації результатів виконаних завдань та досліджень.

Оцінювання рівня освітніх досягнень здобувачів за освітніми компонентами, здійснюється за 100-бальною шкалою, що використовується в НУЦЗ України з переведенням в оцінку за рейтинговою шкалою - ЄКТС та в 4-бальну шкалу.

Таблиця відповідності результатів оцінювання знань з навчальної дисципліни за різними шкалами

| За 100-бальною шкалою, що використовується в НУЦЗ України | За рейтинговою шкалою (ЄКТС) | За 4-бальною шкалою |
|---|------------------------------|---------------------|
| 90–100 | A | відмінно |
| 80–89 | B | добре |
| 65–79 | C | |
| 55–64 | D | задовільно |

| | | |
|-------|----|--------------|
| 50–54 | E | незадовільно |
| 35–49 | FX | |
| 0–34 | F | |

Критерії оцінювання

Форми поточного та підсумкового контролю

Поточний контроль результатів навчання здобувачів освіти проводиться у формі фронтального та індивідуального опитування, виконання письмових завдань, практичних ситуацій, контрольної роботи тощо. Підсумковий контроль проводиться у формі екзамену.

Розподіл та накопичення балів, які отримують здобувачі, за видами навчальних занять та контрольними заходами з дисципліни

| Види навчальних занять | | Кількість навчальних занять | Максимальний бал за вид навчального заняття | Сумарна максимальна кількість балів за видами навчальних занять |
|---|----------------------|-----------------------------|---|---|
| I. Поточний контроль | | | | |
| Модуль 1 | лекції | 3 | 5 | 15 |
| | семінарські заняття* | | | |
| | практичні заняття | | | |
| Разом за модуль 1 | | | | 15 |
| Модуль 2 | лекції | 3 | 5 | 15 |
| | семінарські заняття* | 1 | 10 | 10 |
| | практичні заняття | | | |
| Разом за модуль 2 | | | | 25 |
| Разом за поточний контроль | | | | 40 |
| II. Індивідуальна самостійна робота | | | | 30 |
| III. Підсумковий контроль | | | | |
| екзамен * | | | | 30 |
| Разом за всі види навчальних занять та контрольні заходи | | | | 100 |

* – види навчальних занять та контрольні заходи для обов'язкового виконання.

Поточний контроль проводиться на лекційному та практичному заняттях за результатами виконання завдань самостійної роботи. Він передбачає оцінювання теоретичної підготовки здобувачів із зазначеної теми (у тому числі, самостійно опрацьованого матеріалу) під час роботи на лекційних і практичних заняттях та набутих практичних навичок під час виконання практичних робіт.

Критерії поточного оцінювання знань здобувачів на лекційному занятті (оцінюється в діапазоні від 0 до 5 балів):

5 бали – здобувач приймає активну участь в обговоренні теоретичних та практичних питань, в повному обсязі володіє навчальним матеріалом, вільно самостійно та аргументовано його викладає під час усних виступів, демонструє здатність самостійного пошуку відповідей, здійснення аналізу наданого матеріалу, надає правильні відповіді на питання викладача;

4 бали – здобувач приймає участь в обговоренні теоретичних та практичних питань, обґрунтовано його викладає під час усних відповідей, в основному розкриває зміст теоретичних питань, демонструє здатність самостійного пошуку відповідей, здійснення аналізу наданого матеріалу, надає правильні відповіді на питання викладача;

3 бали – здобувач приймає участь в обговоренні теоретичних та практичних питань, в цілому володіє навчальним матеріалом, викладає його основний зміст під час усних відповідей, але без глибокого аналізу, обґрунтування та аргументацій, допускаючи при цьому окремі суттєві неточності та помилки;

2 бал – здобувач не приймає участь в обговоренні питань, частково володіє навчальним матеріалом, не в змозі викласти зміст більшості питань теми під час усних виступів, допускаючи при цьому суттєві неточності;

1 балів – здобувач не приймає участь в обговоренні питань, не володіє навчальним матеріалом та поверхово надає відповіді на поставлені питання або побіжно розкриває лише окремі положення.

Критерії поточного оцінювання знань здобувачів на практичному занятті (оцінюється в діапазоні від 0 до 10 балів):

8-10 бали – здобувач у повному обсязі володіє навчальним матеріалом, вільно та аргументовано його викладає під час усних виступів та письмових відповідей, глибоко та всебічно розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, використовуючи при цьому обов'язкову та додаткову літературу. Розвиває власну думку, самостійно добирає приклади;

6-7 бали – в цілому володіє навчальним матеріалом, викладає його основний зміст під час усних виступів та письмових відповідей, але без глибокого всебічного аналізу, обґрунтування та аргументації, без використання необхідної літератури, допускаючи при цьому окремі суттєві неточності;

4-5 бали – не в повному обсязі володіє навчальним матеріалом. Фрагментарно, поверхово (без аргументації та обґрунтування) викладає його під час усних виступів та письмових відповідей, недостатньо розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, допускаючи при цьому суттєві

неточності та помилки;

2-3 бал – частково володіє навчальним матеріалом, не в змозі викласти зміст більшості питань теми під час усних виступів та письмових відповідей, допускаючи при цьому суттєві помилки;

0-2 балів – не володіє навчальним матеріалом та не в змозі його викласти, не розуміє зміст теоретичних питань та практичних завдань, не знає відповіді на поставлені питання або побіжно розкрив лише окремі положення.

Викладачем оцінюється самостійність думок, логіка викладу та якість аргументації, повнота розкриття навчальних питань, культура мовлення і діалогу, використання навчальної, наукової та спеціальної літератури, вміння виділяти головне, узагальнювати, робити висновки.

Індивідуальна самостійна робота є однією з форм роботи здобувача, яка передбачає створення умов для повної реалізації його можливостей, застосування набутих знань на практиці.

Здобувачу необхідно виконати практичне завдання за темами з рекомендованих за програмою курсу, розв'язати завдання і захистити його на практичному занятті. Результати роботи повинні бути оформлені та роздруковані на бланках, що надаються здобувачеві.

Критерії оцінювання індивідуальної самостійної роботи здобувачів оцінюється в діапазоні від 0 до 30 балів:

25-30 балів – здобувач вільно володіє усім навчальним матеріалом, орієнтуються в темах та аргументовано висловлює свої думки, спирається на нормативно-правову базу;

15-25 балів – вільно володіє усім навчальним матеріалом, орієнтуються в темах, присутні незначні помилки при відображенні об'єктів обліку;

10-15 балів – частково володіє матеріалом та присутні деякі помилки при відображенні об'єктів обліку;

5-10 бали – частково розв'язав окремі ділянки, при цьому допустив суттєві помилки під час виконання завдання;

0-5 бали – завдання не виконано, здобувач не знає відповіді на поставлені питання;

Викладачем оцінюється понятійний рівень здобувача, логічність та послідовність під час відповіді, самостійність мислення, впевненість у правоті своїх суджень, вміння виділяти головне, вміння встановлювати міждисциплінарні та внутрішньо предметні зв'язки, вміння робити висновки, обґрунтовувати відповідь, спираючись на чинну нормативно-правову базу, уміння письмово представити звітний матеріал.

Індивідуальна самостійна робота виконується здобувачами вищої освіти самостійно протягом вивчення дисципліни із проведенням консультацій викладачем дисципліни відповідно до графіка навчального процесу й оприлюдненням результатів під час проведення практичних занять із дисципліни з тем 1–10.

Індивідуальні завдання: для заочної форми навчання.

Варіант 1

1. Сучасні погляди на місце етики у бізнесі
2. Особливості ділової бесіди з журналістами
3. Специфіка національної етики бізнесу у США

Варіант 2

1. Етичний кодекс підприємців 1912р.: основні засади і вплив на формування сучасних етичних кодексів
2. Специфіка проведення ділової бесіди з перекладачем
3. Національні особливості етики бізнесу у Канаді

Варіант 3

1. Етика бізнесу як наука та навчальна дисципліна
2. Критерії культури усної мови менеджера
3. Специфіка національної етики бізнесу у країнах Латинської Америки

(загальна характеристика)

Варіант 4

1. Історія розвитку ділового етикету в Європі
2. Типологія ділових бесід, етапи їх проведення та аналіз
3. Особливості національної етики бізнесу у Франції

Варіант 5

1. Історія розвитку бізнесу в Україні
2. Ділова бесіда по телефону
3. Особливості національної етики бізнесу у Великій Британії

Варіант 6

1. Етика у туристичній сфері
2. Етикет ділового листування
3. Особливості національної етики бізнесу у Німеччині

Варіант 7

1. Етичні моделі спілкування у трудовому колективі
2. Особливості виступу по радіо і на телебаченні
3. Специфіка національної етики бізнесу в Італії

Варіант 8

1. Проблеми сприйняття у процесі ділового спілкування
2. Сувеніри та подарунки у ділових відносинах
3. Особливості національної етики бізнесу в Іспанії

Варіант 9

1. Значення ефекту першого враження у ділових контактах
2. Символіка квітів у ділових стосунках
3. Особливості національної етики бізнесу у Чехії

Варіант 10

1. Організація взаємодії ділових партнерів

2. Візитівки
3. Особливості національної етики бізнесу в Австралії

Варіант 11

1. Обмін інформацією у діловому спілкуванні
2. Етикет національного прапора
3. Специфіка національної етики бізнесу у Китаї

Варіант 12

1. Організація та проведення нарад
2. Поняття імідж, іміджелогія, іміджмейкер
3. Особливості національної етики бізнесу в Японії

Варіант 13

1. Протокольні форми офіційних заходів
2. Імідж ділового чоловіка
3. Особливості національної етики бізнесу в Індії

Варіант 14

1. Організація і проведення ділових прийомів
2. Імідж ділової жінки
3. Особливості національної етики бізнесу в Ізраїлі

Варіант 15

1. Класифікація ділових прийомів
2. Імідж корпорації
3. Особливості національної етики бізнесу арабських мусульманських

держав (загальна характеристика)

Варіант 16

1. Формальні ділові прийоми
2. Символіка кольорів у одязі
3. Особливості національної етики бізнесу у Південній Кореї

Варіант 17

1. Неформальні ділові прийоми
2. Планування кар'єри менеджера
3. Вплив національних культур на етику поведінки ділових партнерів

(аналіз проблеми)

Варіант 18

1. Сервіровка столу ділових прийомів з розсаджуванням
2. Принципи вдосконалення особистості
3. Національні особливості етики бізнесу в Україні

Варіант 19

1. Сервіровка столу формальних ділових прийомів
2. Етапи створення імідж-плану корпорації
3. Вимоги до одягу ділового чоловіка

Варіант 20

1. Кар'єра та етичні норми

2. Вимоги до одягу ділової жінки
3. Правила промови тостів на офіційних заходах

Варіант 21

1. Протокольні правила розсаджування по автомобілях
2. Як правильно обставити кабінет менеджера у туристичній сфері
3. Національні особливості етики бізнесу у скандинавських країнах

(загальна характеристика)

Варіант 22

1. Підготовка та виступ на офіційних зборах
2. Етика підлеглого
3. Національні особливості етики бізнесу у Нідерландах

Варіант 23

1. Соціонічна сумісність ділових партнерів
2. Порівняльна характеристика термінів репутація та імідж
3. Національні особливості етики бізнесу у Швейцарії

Варіант 24

1. Духовний саморозвиток менеджера туристичної сфери
2. Службовий етикет
3. Національні особливості етики бізнесу в Австралії

Варіант 25

1. Психічне здоров'я працівника туристичної сфери
2. Службовий етикет між чоловіком та жінкою
3. Правила оформлення запрошень на офіційні заходи

Варіант 26

1. Кризиси у діловій кар'єрі менеджера туристичної сфери
2. Класифікація потреб за Маслоу, її значення для повсякденної діяльності керівника
3. Особливості національної етики бізнесу у Польщі

Варіант 27

1. Стреси: їх попередження і профілактика у туристичній сфері
2. Помилки, що ведуть до втрати іміджу фірми
3. Особливості національної етики бізнесу Угорщини

Варіант 28

1. Типи кар'єри та їх характеристика
2. Проблема моральності бізнесу
3. Особливості національної етики бізнесу у Словаччині

Підсумковий контроль.

Підсумковий контроль успішності проводиться з метою оцінки результатів навчання на завершальному етапі, проводиться в усній формі – екзамену.

Екзамен проводиться за білетами, які затверджуються кафедрою. Екзаменаційний білет складається з трьох теоретичних питань, що відображають

зміст усієї програми навчальної дисципліни. Відповіді на питання оцінюються за їх повнотою. Питання оцінюються за повнотою відповіді.

Критерії оцінювання знань здобувачів на екзамені (оцінюється від 0 до 30 балів):

25–30 балів – здобувач у повному обсязі володіє навчальним матеріалом, вільно та аргументовано його викладає, глибоко та всебічно розкриває зміст теоретичних питань;

17–24 бали – достатньо повно володіє навчальним матеріалом, в основному розкриває зміст теоретичних питань. При викладанні деяких питань не вистачає достатньої глибини та аргументації, допускаються окремі несуттєві неточності та незначні помилки;

9–16 балів – у цілому володіє навчальним матеріалом, викладає його основний зміст, але поверхово аналізує матеріал без глибокого всебічного аналізу, без обґрунтування та аргументації, при цьому допускає окремі суттєві неточності та помилки;

5–8 балів – не в повному обсязі володіє навчальним матеріалом, недостатньо розкриває зміст теоретичних питань, допускаючи при цьому суттєві неточності;

1–4 бали – частково володіє навчальним матеріалом, не в змозі викласти зміст більшості теоретичних питань. Відповіді загальні, при цьому допускаються суттєві помилки;

0 балів – не володіє навчальним матеріалом та не в змозі його викласти, не розуміє змісту теоретичних питань.

Перелік теоретичних питань для підготовки до екзамену:

1. Об'єкт та предмет навчальної дисципліни «Етика бізнесу», її завдання.
2. Сучасні погляди на місце етики у бізнесі.
3. Основні підходи етики бізнесу до вирішення моральних проблем у підприємстві.
4. Релігійна етика.
5. Етика справедливості.
6. Протестантська етика.
7. Система ділових відносин у бізнесі.
8. Етичні принципи відносин з діловими партнерами.
9. Етика відносин між корпораціями.
10. Форми етичного регулювання конкурентної боротьби.
11. Комплекс принципів етичної коректності реклами.
12. Причини, форми, види та наслідки корупційних дій. Етична оцінка корупції.
13. Професійні етичні кодекси.
14. Етичні вимоги до фахівця з туризму.
15. Службова етика.

16. Сприйняття та оцінка партнерами один одного.
17. Психологічна характеристика партнера.
18. Обмін інформацією у спілкуванні.
19. Вербальні і невербальні канали зв'язку.
20. Організація взаємодії ділових партнерів.
21. Критерії культури усної мови.
22. Проведення ділової бесіди та її аналіз.
23. Ділова розмова по телефону.
24. Специфіка роботи через перекладача.
25. Ділове спілкування з журналістами.
26. Особливості публічного виступу по радіо та на телебаченні.
27. Організація та проведення нарад.
28. Виступ на бізнес зборах.
29. Ділова документація.
30. Класифікація ділових прийомів, їх організація та проведення.
31. Формальні та неформальні ділові прийоми.
32. Сервіровка столу.
33. Подарунки, сувеніри, квіти у ділових відношеннях.
34. Правила оформлення візитівок.
35. Поняття імідж та репутація.
36. Іміджелогія, іміджмейкери.
37. Створення позитивного іміджу.
38. Імідж ділового чоловіка: одяг, манери, набуття необхідних якостей.
39. Імідж ділової жінки: необхідні поради.
40. Майстер-план по створенню іміджу корпорації.
41. Основні елементи корпоративного іміджу.
42. Помилки, що можуть призвести до втрати іміджу.
43. Культурні відмінності у міжнародному бізнесі.
44. Етикет національного прапора.
45. Національні особливості етики бізнесу в Україні.
46. Етика бізнесу в Європі (Велика Британія, Франція, Німеччина, Іспанія, Італія).
47. Специфіка етики бізнесу у Північній Америці (США, Канада). Особливості національного етикету в азійських державах (Китай, Японія, арабський світ).
48. Національні традиції та їх значення у діловому спілкуванні.
49. Зміна пріоритетів в умовах світової пандемії.
50. Соціальний імідж бізнесу: нові орієнтири в умовах глобальної пандемії. Соціальна відповідальність бізнесу в умовах карантину Covid19.
51. Корпоративна етика: «віддалена робота» та звичні паттерни взаємодії в умовах карантину.

Політика викладання навчальної дисципліни

1. Здобувач зобов'язаний наполегливо оволодівати знаннями, на занятті бути уважним, брати активну участь у роботі під час занять, бути попередньо підготовленим до практичних занять за рекомендованою літературою, якісне і своєчасне виконувати всі завдання.

2. Здобувач повинен сумлінно виконувати розклад занять з навчальної дисципліни. Пропуски занять без поважної причини та запізнення на заняття не допустимі (здобувачі, які запізнилися, до заняття не допускаються).

3. Здобувач має бути дисциплінованим й організованим, дотримуватись правил суспільного життя. Розмовляти, повертатися та вставати з місця на заняттях можна лише з дозволу викладача. Здобувач не повинен на занятті заважати підказками, виправляти відповідь товариша можна тільки з дозволу викладача.

4. З навчальною метою під час заняття мобільним телефоном, планшетом чи іншими мобільними пристроями дозволяється користуватися тільки з дозволу викладача.

5. Здобувач повинен виконувати вимоги щодо термінів виконання поставлених завдань, захисту робіт, ліквідації заборгованостей. При виконанні робіт до захисту допускаються ті роботи, у яких дотримується політика академічної доброчесності та які містять не менше 60 % оригінального тексту при перевірці на плагіат. Несвоєчасне виконання поставленого завдання/роботи знижує максимальний бал (оцінку) за завдання на 20 %.

6. Здобувач має право дізнатися про свою кількість накопичених балів у викладача навчальної дисципліни та вести власний облік цих балів.

7. Здобувач має берегти й зміцнювати власність Університету.

РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ

Базова література:

1. Гриценко Т. Б. Етика ділового спілкування : [Електронний ресурс] / Гриценко Т. Б., Гриценко С. П., Іщенко Т. Д., Мельничук Т. Ф., Чуприк Н. В., Анохіна Л. П. / за редакцією Т. Б. Гриценко, Т. Д. Іщенко, Т. Ф. Мельничук. – К. : Центр учбової літератури, 2007 –344 с. – Режим доступа : <https://subject.com.ua/pdf/71.pdf>.

2. Лесько О. Й. Етика ділових відносин : навчальний посібник / [Лесько О. Й., Прищак М. Д., Залюбівська О. Б. та ін.] – Вінниця : ВНТУ, 2011. – 309 с. – Режим доступа : https://shron1.chtyvo.org.ua/Lesko_Oleksandr/Etyka_dilovykh_vidnosyn.pdf

3. Палеха Ю.І. Етика ділових відносин. URL: http://library.nlu.edu.ua/POLN_TEXT/KNIGI/KONDOR1/CD/ETUKA_DV.pdf
4. Статінова Н. П. Етика бізнесу [Електронний ресурс] / Н. П. Статінова, С. Г. Радченко. – К. : КНТЕУ, 2001. – 280 с. – Режим доступу : http://e-pidruchniki.com/book/8_Etika_biznesy.html
5. Тимошенко Н. Л. Корпоративна культура. Діловий етикет [Електронний ресурс] / Н. Л. Тимошенко. – К. : Знання, 2006. – 391 с. – Режим доступу : <https://westudents.com.ua/knigi/197-korporativna-kultura-dloviy-etiket-timoshenko-nl.html>.
6. Харченко С. Я. Етика ділового спілкування : [Навч. метод. посіб. для студ. ВНЗ.] / Харченко С. Я., Краснова Н. П., Юрків Я. І.; Держ. закл. «Луган. нац. ун-т імені Тараса Шевченка. – Луганськ. : Вид-во ДЗ ЛНУ імені Тараса Шевченка», 2012. – 507 с. – Режим доступу : <https://dspace.ltsu.org/bitstream/123456789/539/1/13Np7.pdf>

Додаткова література:

7. Covid-19: Міркування етики та незалежності. <https://www.apu.com.ua/wp-content/uploads/2020/07/IESBA-Staff-Q-A-COVID-19-Ethics-Independence-Considerations-%D1%83%D0%BA%D1%80-1.pdf>
8. Ділова етика. Новий діловий етикет в умовах світової пандемії. <https://www.the-village.com.ua/village/business/business-ethics/295255-noviy-diloviy-etiket-pid-chas-koronavirusu>.
9. Професійна етика як фактор становлення й розвитку соціально-відповідальної організаційної культури туристичного підприємства / О. П. Крупський // Вісник Дніпропетровського університету . Сер. : Світове господарство і міжнародні економічні відносини. - 2014. - Т. 22, Вип. 6. - С. 23-30. - Режим доступу: http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP_meta&C21COM=S&2_S21P03=FILA=&2_S21STR=Sv_g_2014_22_6_6
10. Топ-10 правил бізнес етики, якими нехтують в Україні <https://yur-gazeta.com/publications/practice/inshe/top10-pravil-biznesetiki-yakimi-nehtuyut-v-ukrayini.html>

Інформаційні ресурси:

<https://eben-net.org/> - Європейська мережа економічної етики (EBEN)

www.globalethics.org - Інститут глобальної етики (Institute for Global Ethics)

<https://csr-ukraine.org/> - Сайт КСВ (Корпоративна соціальна відповідальність)

<https://unic.org.ua/> - Всеукраїнська мережа Доброчесності та Комплаєнсу

Розробник:

доц. кафедри менеджменту,
канд. пед. наук, доц.



Діна ТЮРІНА