

Уральский социально-экономический институт (филиал)  
Образовательного учреждения профсоюзов высшего образования  
«Академия труда и социальных отношений»

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ ПРАКТИЧЕСКИХ  
ЗАДАНИЙ И САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

## Этика деловых отношений в сфере рекламы

Направление подготовки  
42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки  
Реклама и связи с общественностью в социальной сфере

Квалификация выпускника  
Бакалавр

Кафедра: гуманитарных, естественнонаучных и математических дисциплин

Разработчики программы:  
к.и.н. Мальшева С.С.  
к.п.н., доцент Маврина Н.В.

Челябинск – 2016

Отформатировано: По центру, Нет, интервал Перед: 3,9 пт, Разрешить отрывать от следующего

Отформатировано: интервал Перед: 3,9 пт, после: 1,95 пт

Отформатировано: Нет, интервал Перед: 0 пт, после: 0 пт, Разрешить отрывать от следующего, Поз.табуляции: 4,01 см, по левому краю + нет в 6,16 см

Отформатировано: Нет, интервал Перед: 0 пт, после: 0 пт, Разрешить отрывать от следующего, Поз.табуляции: 4,01 см, по левому краю + нет в 6,16 см

Отформатировано: Нет, интервал Перед: 0 пт, после: 0 пт, Разрешить отрывать от следующего, Поз.табуляции: 4,01 см, по левому краю + нет в 6,16 см

Отформатировано: Нет, Отступ: Слева: 0,07 см, Справа: 0,07 см, интервал Перед: 0 пт, после: 0 пт, Разрешить отрывать от следующего

Отформатировано: Нет, Отступ: Слева: 0,07 см, Справа: -0,12 см, интервал Перед: 0 пт, после: 0 пт, Разрешить отрывать от следующего

Отформатировано: Отступ: Слева: 0,07 см, Справа: 0,07 см

Отформатировано: Отступ: Слева: 0,07 см, Справа: -0,12 см

**Оглавление**

|     |  |    |
|-----|--|----|
| 1.  | ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ .....   | 3  |
| 1.1 | Планируемые результаты обучения дисциплине .....                                       | 3  |
| 1.2 | Результаты освоения образовательной програм  | 3  |
| 2.  | МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАДАНИЙ И САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ..... | 4  |
| 3.  | ВОПРОСЫ К ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ.....  | 14 |
| 4.  | ОСНОВНАЯ И ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ УЧЕБНАЯ ЛИТЕРАТУРА.....                                      | 15 |

## 1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

**Цель** освоения дисциплины – формирование теоретических и практических знаний профессиональной этики, необходимых нравственных качеств и культуры поведения для работы в области рекламы.

**Задачи:**

- формирование мировоззренческих и теоретических основ профессиональной этики специалиста по рекламе;
- формирование необходимых нравственных качеств и культуры поведения;
- овладение базовыми навыками общения, умением поддерживать и развивать деловые межличностные отношения с представителями различных государственных, коммерческих, общественных, политических структур, СМИ;
- овладение основами речи, знание её видов, правил речевого этикета, ведения диалога, законов композиции и стиля.

### 1.1 Планируемые результаты обучения дисциплине

Освоение дисциплины направлено на формирование у студентов следующих компетенций:

**ОК-6:** обладает способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия.

**ПК-6:** способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации.

### 1.2 Результаты освоения образовательной программы

*В результате освоения компетенции ОК-6 студент должен:*

**Знать:** сферы отношений в коллективе, факторы, формирующие благоприятный социально-психологический климат в коллективе, условия эффективной работы трудового коллектива; культурные особенности стран, признаки проявления толерантного отношения в коммуникации.

**Уметь:** толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия; осуществлять конструктивное

взаимодействие в деловой сфере, успешно устанавливать контакт с коллегами, эффективно организовывать коммуникацию.

**Владеть:** навыками работы в коллективе.

*В результате освоения компетенции ПК-6 студент должен:*

**Знать:** коммуникационную инфраструктуру организации, порядок и средства обеспечения внутренней и внешней коммуникации.

**Уметь:** создавать эффективную коммуникационную инфраструктуру организации, обеспечивать внутреннюю и внешнюю коммуникации.

**Владеть:** методами создания эффективной коммуникационной инфраструктуры организации.

*В результате изучения дисциплины студент должен:*

**Знать:** теоретические основы этических знаний и знаний принципов, норм профессионального и служебного этикета, условия эффективной работы трудового коллектива;

**Уметь:** соблюдать этику делового общения и придерживаться этических норм взаимоотношений, как в профессиональной среде, так и в повседневной жизни, успешно устанавливать контакт с коллегами, эффективно организовывать коммуникацию, верно, аргументированно, ясно строить письменную и устную речь.

**Владеть:** базовыми навыками делового общения, приемами аргументации и убеждения, умением устанавливать поддерживать и развивать межличностные и деловые отношения, использовать основные положения этики делового общения при решении социальных и профессиональных задач.

## 2. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАДАНИЙ И САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ

### Задания для самостоятельной работы

*Тема «Природа, сущность, основные принципы этики деловых отношений. Этические критерии, нормы и правила регулирования деловых отношений в сфере рекламы».*

*Список литературы приведен в таблице 4.1.*

*Вопросы для самостоятельной работы:*

1. Предмет и задачи курса «Этика деловых отношений в сфере рекламы».
2. Природа, сущность, основные принципы этики деловых отношений.

3. Этические критерии, нормы и правила регулирования деловых отношений в сфере рекламы

***Тема «Средства общения».***

*Список литературы приведен в таблице 4.1.*

*Вопросы для самостоятельной работы:*

1. Человеческая речь как источник информации. Речевые средства общения.
2. Официально-деловой стиль речи.
3. Коммуникативные барьеры.
4. Слушание в деловом общении. Умение слушать. Трудности эффективного слушания. Уровни и виды слушания.
5. Вопросы в деловом общении. Виды вопросов. Ответы на вопросы.
6. Роль невербальных средств общения в передаче информации.
7. Невербальные средства передачи информации: кинесические, просодические, экстралингвистические, такесические, проксемические.
8. «Язык тела», помогающий в эффективном общении. Наблюдение за «языком тела» собеседников.
9. Национальные особенности невербального общения.

***Тема «Основные виды делового общения».***

*Список литературы приведен в таблице 4.1.*

*Вопросы для самостоятельной работы:*

1. Деловой разговор и деловая беседа.
2. Деловой разговор по телефону.
3. Подготовка и проведение делового совещания.
4. Организация пресс-конференции.
5. Разработка сценария презентации.

***Тема « Коммерческие переговоры специалиста по рекламе».***

*Список литературы приведен в таблице 4.1.*

*Вопросы для самостоятельной работы:*

1. Деловое общение в переговорах в процессе подготовки и проведения рекламных мероприятий.
2. Основные этапы подготовки и проведения коммерческих переговоров.
3. Основные приёмы аргументации.
4. Стратегии ведения переговоров.
5. Техника и тактика коммерческих переговоров.
6. Психологические уловки, используемые в ходе переговоров и их нейтрализация.
7. Особенности переговоров на выставках и ярмарках.

***Тема «Искусство речевого воздействия в рекламе. Письменная деловая речь».***

*Список литературы приведен в таблице 4.1.*

*Вопросы для самостоятельной работы:*

1. Роль речи в процессе общения. Особенности устной речи.
2. Подготовка к выступлению. Структура выступления. Словесное оформление речи. Основные приёмы аргументации.
3. Приёмы поддержания внимания и интереса слушателей, приёмы воздействия на аудиторию.
4. Преимущества письменной коммуникации.
5. Официальные и личные документы и их виды.
6. Правила составления и оформления документов. Требования стандартов деловой переписки.
7. Средства информационной связи: электронная почта, пейджинговая связь, телефакс.

Отформатировано: Шрифт: не курсив

***Тема «Деловые дискуссии, дебаты и споры. Правила поведения рекламиста в спорных ситуациях. Критика в деловом общении».***

*Список литературы приведен в таблице 4.1.*

*Вопросы для самостоятельной работы:*

1. Виды и цели спора. Подходы к его ведению.
2. Доказательства и доводы в споре. Техника убеждения.
3. Критика и агрессия во время спора. Правила поведения рекламиста в спорных ситуациях.
4. Виды критики в деловом общении. Основные этапы конструктивной критики.
5. Практические советы критикующему. Позитивные установки на восприятие критики.

***Тема «Деловой этикет: истоки, принципы, функции».***

*Список литературы приведен в таблице 4.1.*

*Вопросы для самостоятельной работы:*

1. Принципы и функции делового этикета.
2. Знакомство. Приветствие. Титулирование. Визитная карточка.
3. Подарки и сувениры иностранным и отечественным партнёрам. Compliments в деловом общении.

4. Имидж делового человека и фирмы в рамках делового этикета. Одежда деловой женщины и делового мужчины. Дресс-код. Понятия «стиль» и «элегантность».
5. Требования этикета к рабочему месту и служебному помещению.
6. Деловые приёмы, их разновидности и организация. Традиции поведения за столом.

**Тема «Управление конфликтами в рекламной деятельности. Стрессы. Обретение стрессоустойчивости в деловом общении.»**

*Список литературы приведен в таблице 4.1.*

*Вопросы для самостоятельной работы:*

1. Классификация конфликтов. Типы поведения людей в конфликтных ситуациях.
2. Причины и последствия конфликтов.
3. Разрешение конфликтов и стратегии поведения в конфликтных ситуациях.
4. Кодекс поведения рекламиста в конфликтных ситуациях.
5. Природа и понятие «стресса».
6. Причины и источники стрессов.
7. Профилактика стрессов в деловом общении.

**Примеры задач (практических заданий.)**

**Тема 2: Средства общения.**

**1. Ролевая игра.** Группа делится на две команды. Одна из команд должна в течение 10 минут придумать невербальные знаки, которые сигнализировали бы об определённом эмоциональном состоянии партнёра по переговорам и его отношении к предмету разговора и разыграть 3-4 сценки, изображая, например, скрываемое раздражение, недоверие к партнёру, внимание к предмету разговора, отсутствие интереса и т.п. Другой команде предлагается определить эмоциональное состояние и отношение к предмету разговора каждого из представленных лиц. Охарактеризовать замеченные невербальные знаки. Затем команды меняются местами.

**2. Творческое задание.** Какая, по Вашему мнению, информация передаётся лицами, чьё поведение описано ниже? Желательно указать несколько разных вариантов.

*Пример:*

1. Не смотрит на Вас, говоря с Вами.

Это может означать следующее:

- обманывает;
- что-то скрывает;

- я ему не нравлюсь  
он занят собственными мыслями.
2. Придвигается к Вам ближе, когда Вы говорите
  3. Слегка, но преднамеренно касается Вашей руки.
  4. Снимает очки и швыряет их на стол.
  5. Прикрывает рот рукой, когда говорит.
  6. Стремительно входит в помещение, не глядя по сторонам.
  7. Улыбается, делая выговор
  8. Человек, пришедший на заседание, садится сзади.

**Тема 3. Основные виды делового общения.**

**1. Творческое задание:** студентам предлагается составить тестовое задание с ответами (не менее 15 вопросов) на тему: «Основные виды делового общения».

**2. Творческое задание:** студентам предлагается написать сценарий презентации рекламного агентства.

**Тема 3: «Коммерческие переговоры специалиста по рекламе»**

**Творческое задание 1:** студентам предлагается написать сценарий ролевой игры. « Деловой разговор по телефону работника рекламного агентства с потенциальным заказчиком рекламы». Цель: закрепить знания правил ведения делового разговора по телефону, использования различных методов убеждения в ходе делового разговора.

**Практическое задание 2:** Тест «Телефонные разговоры»

Телефонные разговоры – одна из важнейших форм коммуникаций. Не только руководители, но и многие сотрудники затрачивают на них большое количество времени. От умения правильно вести деловые разговоры по телефону во многом зависит успех коммуникаций, имидж работника и всей организации.

*Инструкция:* Перед Вами 25 фраз, которые были сказаны служащими Вашей организации при беседе с Вашими клиентами. Оцените каждую из них. Если Вы считаете, что фраза производит на клиента положительное впечатление, пометьте ее знаком «+», а если отрицательное – знаком «-».

**Опросник**

1. «Доброе утро. Это коммерческий банк "Русь". У телефона Никитин Алексей Петрович. Чем я могу помочь Вам?»
2. «Извините, это не в моей компетенции. Вам нужно позвонить в отдел кредитов».
3. «Доброе утро, банк "Русь"».

4. «Заведующая вышла. Ей что-нибудь передать?»
5. «Спасибо за звонок. Звоните чаще!»
6. «Извините, я не работаю в этом отделе, поэтому ничем Вам помочь не могу».
7. «Доброе утро, отдел снабжения».
8. «Мне трудно сказать, почему наш сотрудник не позвонил Вам. Вы не пробовали позвонить ему еще раз?»
9. «Извините, что я заставил Вас ждать. Чем я могу помочь Вам?»
10. «Я понимаю Вас. Мне кажется, что кто-то из сотрудников допустил оплошность. Я постараюсь все проверить. Чем я еще могу помочь Вам?»
11. «Так, кого Вы ждете?»
12. «Михаил Иванович, извините, пожалуйста, за задержку документов. Постараюсь их выслать с оказией».
13. «Спасибо. При случае я позвоню Вам».
14. «Вы сомневаетесь в наших возможностях? Я понимаю. Жду Вашего звонка. Спасибо за звонок».
15. «Расскажите, как это случилось».
16. «Рад Вашему звонку. Как у Вас дела?»
17. «Да, это я. Хочу Вам сообщить неприятную информацию».
18. «Извините, пожалуйста. Я принимаю загородную телефонограмму. Можно, я перезвоню Вам через 10 минут?»
19. «К сожалению, Юрий Михайлович еще обедает».
20. «Спасибо за звонок. Такого человека, как Вы, мы готовы выслушать всегда».
21. «Извините за задержку. У нас все заняты, поэтому никто не берет трубку».
22. «Юрий Михайлович пошел к врачу. Должен вернуться к концу дня».
23. «Здравствуйте, банк "Русь", у телефона дежурный экспедитор Сергеев. Слушаю».
24. «Вы не правы. Однако что Вы скажете про акции нашего банка?»
25. «Извините. К сожалению, я должен идти по вызову. Давайте свяжемся завтра в 10 утра. Я Вам позвоню. Спасибо за звонок».

**Обработка результатов:** Используя «ключ» теста, подсчитайте количество несовпадений с Вашими ответами.

| варианты ответов | номера вопросов |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |    |
|------------------|-----------------|---|---|---|---|---|---|---|---|----|----|----|----|
|                  | 1               | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 |
| +                |                 |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |    |
| -                |                 |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |    |
| варианты ответов | номера вопросов |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |    |

|   |    |    |    |    |    |    |    |
|---|----|----|----|----|----|----|----|
| + | 14 | 16 | 18 | 23 | 25 |    |    |
| - | 15 | 17 | 19 | 20 | 21 | 22 | 24 |

**Интерпретация результатов:** Если выявлено более трех несовпадений, то это означает, что с искусством ведения телефонных переговоров у данного лица дела обстоят не совсем благополучно. Прежде чем допускать такого работника до телефона, он должен пройти специальный тренинг.

**Тема 5: «Искусство речевого воздействия в рекламе. Письменная деловая речь».**

**1. Творческое задание:** Студентам предлагается подготовиться к выступлению по любой из предложенных тем (3-5 мин.) Структура выступления должна повторять структуру коммуникации, состоящую из трёх этапов:

1. установление контакта с аудиторией;
2. поддержание контакта и передача информации
3. выход из контакта.

В ходе выступления предусмотреть использование различных методов привлечения и поддержания внимания аудитории.

Темы для подготовки выступлений:

1. Какие требования предъявляются к специалисту в области рекламы.
2. Какой вред наносит недобросовестная реклама.
3. Социальная реклама: дань моде или необходимость.
4. Нужны ли запреты в рекламной деятельности?
5. Каким я представляю себе хорошего рекламиста.
6. Проблемы современной молодёжи.
7. Интернет – альтернатива реальности?
8. Нужно ли в наши дни читать книги?
9. Нужен ли в наши дни патриотизм?
10. Какова, на ваш взгляд, роль рекламы сегодня?
11. Должны ли быть границы «свободы слова»?

**2. Письменное задание:** Студентам предлагается написать тексты: заявления, биографии, резюме, протокола собрания, докладной записки, приказа, гарантийного письма, объяснительной записки.

**3. Творческое задание:** Написать эссе на тему: «Качества хорошего докладчика».

**Тема 7: «Деловой этикет: истоки, принципы, функции»**

**1. Творческое задание:** Студентам предлагается на основе имеющихся в Интернете материалов подготовить и провести видеопрезентацию деловых костюмов мужчин и женщин.

**2. Ролевая игра:** Студенты разыгрывают сценки. Изображают представление молодого специалиста руководителю предприятия, нового работника коллективу, заинтересованного лица деловому партнёру. Играют роли руководителя и посетителя, который приходит к нему на приём (посетитель – работник предприятия, пришедший на приём по личному вопросу, партнёр по бизнесу, пришедший с предложением о расширении бизнеса, клиент, пришедший к руководителю с жалобой на работника фирмы.) Остальным студентам предлагается проанализировать действия студентов, играющих определённые роли.

**3. Письменная домашняя работа:** Студентам предлагается ответить на вопросы.

|                      |  |
|----------------------|--|
| <b>ПРИВЕТСТВИЕ</b>   | Кто с кем должен первым здороваться при деловом общении?   |
| <b>ФОРМАЛЬНОСТЬ</b>  | В каких случаях необходимо соблюдать формальный стиль общения, а в каких допустим неформальный стиль?                  |
| <b>ПОДАРКИ</b>       | Принято ли среди бизнесменов обмениваться подарками? Какой подарок будет уместным? Есть ли табу на какие-либо подарки? |
| <b>ВЗГЛЯД</b>        | Принято ли смотреть прямо в глаза? Вежливо ли это?   |
| <b>ЭМОЦИИ</b>        | Принято ли проявлять свои эмоции? Или вести себя предельно сдержано?   |
| <b>ЕДА</b>           | Что принято есть во время делового приёма? Каковы правила поведения за столом?   |
| <b>ЖЕСТЫ</b>         | Есть ли какие-то жесты, считающиеся неуместными или даже оскорбительными?  |
| <b>ПРЕДСТАВЛЕНИЕ</b> | Согласно деловому этикету, кто кому должен быть представлен?   |

Отформатировано: Отступ: Первая строка: 0 см, интервал Перед: 2,8 пт, после: 2,8 пт, междустрочный, множитель 1,07 ин

Отформатировано: Отступ: Первая строка: 0,87 см

Отформатированная таблица

Отформатировано: Отступ: Первая строка: 0 см, интервал Перед: 2,8 пт, после: 2,8 пт, междустрочный, множитель 1,07 ин

Отформатировано: Отступ: Первая строка: 0,87 см

Отформатировано: Отступ: Первая строка: 0 см, интервал Перед: 2,8 пт, после: 2,8 пт, междустрочный, множитель 1,07 ин

Отформатировано: Отступ: Первая строка: 0,87 см

Отформатировано: Отступ: Первая строка: 0 см, интервал Перед: 2,8 пт, после: 2,8 пт, междустрочный, множитель 1,07 ин

Отформатировано: Отступ: Первая строка: 0,87 см

Отформатировано: Отступ: Первая строка: 0 см, интервал Перед: 2,8 пт, после: 2,8 пт, междустрочный, множитель 1,07 ин

Отформатировано: Отступ: Первая строка: 0,87 см

Отформатировано: Отступ: Первая строка: 0 см, интервал Перед: 2,8 пт, после: 2,8 пт, междустрочный, множитель 1,07 ин

Отформатировано: Отступ: Первая строка: 0,87 см

Отформатировано: Отступ: Первая строка: 0 см, интервал Перед: 2,8 пт, после: 2,8 пт, междустрочный, множитель 1,07 ин

Отформатировано: Отступ: Первая строка: 0,87 см

Отформатировано: Отступ: Первая строка: 0 см, интервал Перед: 2,8 пт, после: 2,8 пт, междустрочный, множитель 1,07 ин

Отформатировано: Отступ: Первая строка: 0,87 см

**Тема 8: « Управление конфликтами в рекламной деятельности. Стрессы. Обретение стрессоустойчивости в деловом общении»**

**1. Творческое задание:** В ходе изучения темы студентам предлагается составить «Кодекс поведения работника в сфере рекламы в конфликтных ситуациях».

**Примерные темы докладов.**

1. Этические принципы, действующие в сфере современных деловых отношений.
2. Этические критерии, принципы, нормы и правила регулирования отношений в сфере рекламы.
3. Роль невербального общения в передаче информации.
4. Национальные особенности невербального общения.
5. Основные правила эффективной речевой коммуникации.
6. Основные правила ведения деловой беседы.
7. Подготовка и проведение делового совещания.
8. Собеседование при приёме на работу.
9. Умение слушать.
10. Подготовка и проведение презентаций.
11. Основные этапы подготовки переговоров.
12. Стратегия, техника и тактика коммерческих переговоров.
13. Подготовка к выступлению. Структура и словесное определение речи.
14. Правила составления и оформления документов. Требования стандартов деловой переписки.
15. Средства информационной связи: электронная почта, телефакс, факсимильная связь.
16. Критика в деловом общении.
17. Доказательства и доводы в споре.
18. Критика и агрессия во время спора.
19. Требования этикета к рабочему месту и служебному положению Правила поведения рекламиста в спорных ситуациях.
20. Имидж делового человека и фирмы в рамках делового этикета.
21. Этические аспекты взаимоотношений мужчины и женщины на работе.
22. Compliments в деловой жизни.
23. Виды деловых приёмов.
24. Рассадка и поведение за столом во время деловых приёмов.
25. Основные тактики поведения в конфликте.
26. Способы разрешения и управления конфликтами.
27. Профилактика стрессов в деловом общении.

**Примерные вопросы для собеседования**

1. Чем обусловлена специфика делового общения?
2. Объясните на примерах различие косвенного и прямого общения.
3. Дайте характеристику коммуникативной стороны общения.
4. Перечислите характеристики коммуникатора, способствующие повышению эффективности его речи.
5. Объясните коммуникативные барьеры и причины их возникновения.
6. Дайте понятие термина «невербальное общение». Объясните визуальный контакт и его значение при деловом общении.
7. Раскройте классификацию «невербальных» средств общения и их влияние на процесс общения.
8. Определите цель использования невербальных средств общения.
9. Каково значение мимики в деловом общении и почему?
10. Дайте определение интерактивной стороны общения.
11. Назовите типы взаимодействий и опишите ролевое поведение личности в общении.
12. Объясните термин «переговоры». В чем заключаются отличительные особенности переговоров?
13. Сравните позиционный торг и переговоры на основе взаимного учета интересов. Каковы преимущества и недостатки этих двух стратегий ведения переговоров?
14. В чем заключается подготовка сторон к переговорам?
15. Какие этапы можно выделить в процессе ведения переговоров?
16. Следует ли начинать предварительный обмен информацией относительно позиций участников переговоров с дискуссионных вопросов? Объясните, почему.
17. Рассмотрите основные действия сторон, способствующие разработке возможно большего числа вариантов решения проблемы.
18. Какую роль играют имеющиеся у сторон альтернативы переговорному соглашению в ситуации, когда переговоры зашли в тупик?
19. Что такое переговорное пространство и почему выбранное решение должно находиться в его рамках?
20. Каково влияние различных типов решений на дальнейшие взаимоотношения участников переговоров?
21. Что является показателем успешности переговоров?
22. В чем состоит основное отличие тактических приемов, используемых при позиционном торге, Назовите основные этапы делового общения и дайте их краткую характеристику.
23. Как подготовить и провести деловое совещание?
24. Когда и почему возник этикет в обществе?
25. Расскажите об исторических видах этикета и культуры поведения.

26. Какие функции выполняет этикет?
27. Охарактеризуйте роль этикета и культуры поведения в рекламном бизнесе?
28. Назовите основные правила вербального этикета.
29. Что означает «играть по правилам партнера»?
30. Какие свойства, качества характеризуют воспитанность руководителя?
31. Назовите основные требования к разговору по телефону.
32. Каковы характеристики делового письма?

### 3. ВОПРОСЫ К ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

1. Этические принципы, действующие в сфере современных деловых отношений.
2. Этические критерии, принципы, нормы и правила регулирования отношений в сфере рекламы.
3. Роль невербального общения в передаче информации.
4. Национальные особенности невербального общения.
5. Основные правила эффективной речевой коммуникации.
6. Основные правила ведения деловой беседы.
7. Подготовка и проведение делового совещания.
8. Собеседование при приёме на работу.
9. Умение слушать.
10. Подготовка и проведение презентаций.
11. Подготовка и проведение пресс-конференций.
12. Основные этапы подготовки переговоров.
13. Стратегия, техника и тактика коммерческих переговоров.
14. Подготовка к выступлению. Структура и словесное определение речи.
15. Правила составления и оформления документов. Требования стандартов деловой переписки.
16. Средства информационной связи: электронная почта, телефакс, факсимильная связь.
17. Критика в деловом общении.
18. Доказательства и доводы в споре.
19. Критика и агрессия во время спора.
20. Требования этикета к рабочему месту и служебному положению.
21. Правила поведения рекламиста в спорных ситуациях.
22. Имидж делового человека и фирмы в рамках делового этикета.

23. Этические аспекты взаимоотношений мужчины и женщины на работе.
24. Комплименты в деловой жизни.
25. Виды деловых приёмов.
26. Рассадка и поведение за столом во время деловых приёмов.
27. Основные тактики поведения в конфликте.
28. Способы разрешения и управления конфликтами.
29. Профилактика стрессов в деловом общении.

Отформатировано: Отступ: Слева: 0 см, Выступ: 1 см,  
Поз.табуляции: 1,75 см, по левому краю

#### 4. ОСНОВНАЯ И ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ УЧЕБНАЯ ЛИТЕРАТУРА

##### Основная литература:

| № п/п | Автор  | Название  | Издательство      | Год  | Наличие в ЭБС*  |
|-------|--|---|-------------------|------|---|
| 1.1   | Кузнецов И.Н.                                      | Деловое общение: учебное пособие. – 5-е изд.                              | М.: Дашков и Ко.  | 2012 | <a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=112230">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=112230</a> |
| 1.2   | Загорская Л.М.                                     | Профессиональная этика и этикет: учебное пособие                          | Новосибирск: НГТУ | 2012 | <a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=228860">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=228860</a> |
| 1.3   | Дорошенко В.Ю., Зотова Л.И., Лавриненко В.Н. и др. | Психология и этика делового общения: учебник. – 5-е изд., перераб. и доп. | М.: Юнити-Дана    | 2015 | <a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=117118">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=117118</a> |

Отформатировано: Отступ: Слева: 0,07 см

Отформатировано: Отступ: Слева: 0,07 см

Отформатировано: Отступ: Слева: 0,07 см

\*ЭБС – электронно-библиотечная система

##### Дополнительная литература:

| № п/п | Автор            | Название   | Издательство         | Год  | Наличие в ЭБС   |
|-------|------------------|--|----------------------|------|---|
| 2.1   | Кикоть В.Я.      | Профессиональная этика и служебный этикет: учебник   | М. : Юнити-Дана      | 2012 | <a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=117054">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=117054</a> |
| 2.2   | Колмогорова Н.В. | Основы общей и профессиональной этики и этикет: учебное пособие                                  | Омск: Изд-во СибГУФК | 2012 | <a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=274600">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=274600</a> |
| 2.3   | Ломова О.С.      | Деловое общение специалиста по рекламе: учеб. пособие для студ. вузов / под ред. Л.М. Дмитриевой | М.: ЮНИТИ            | 2009 |   |
| 2.4   | Бажданова Ю.В.   | Этика и психология деловых   | М.:                  | 2011 | <a href="http://biblioclub.ru">http://biblioclub.ru</a>   |

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

---

|  |  |                        |                                     |  |
|--|--|------------------------|-------------------------------------|--|
|  |  | отношений: хрестоматия | Евразийский<br>открытый<br>институт | <a href="http://b.ru/index.php?page=book&amp;id=90896">b.ru/index.php?page=book&amp;id=90896</a> |
|--|--|------------------------|-------------------------------------|--|