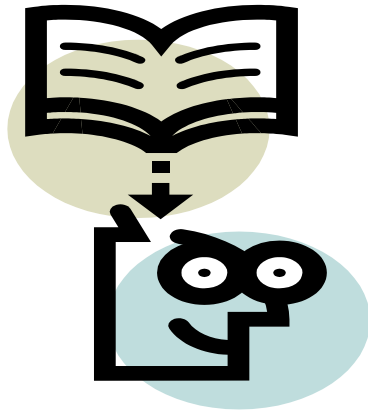


**МІНІСТЕРСТВО АГРАРНОЇ
ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ
Вінницький національний
аграрний університет**

**ННІ Менеджменту,
адміністрування і права**



Факультет менеджменту

**Кафедра адміністративного
менеджменту та державного
управління**

ДІЛОВИЙ ПРОТОКОЛ ТА ВЕДЕННЯ ПЕРЕГОВОРІВ

МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ

**по виконанню самостійної роботи фахівців
другого освітнього ступеня «Магістр»
спеціальності 281 «Публічне управління та
адміністрування», 073 «Менеджмент»
в аграрних вищих навчальних закладах IV
рівня акредитації**

**МІНІСТЕРСТВО АГРАРНОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ
ВІННИЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІННІ МЕНЕДЖМЕНТУ, АДМІНІСТРУВАННЯ І ПРАВА**

ФАКУЛЬТЕТ МЕНЕДЖМЕНТУ

Кафедра адміністративного менеджменту та державного управління

ЗАТВЕРДЖЕНО

Навчально-методичною радою

Вінницького національного

аграрного університету

_____ 2019 р.

ДІЛОВИЙ ПРОТОКОЛ ТА ВЕДЕННЯ ПЕРЕГОВОРІВ

МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ

по виконанню самостійної роботи фахівців другого освітнього ступеня «Магістр» спеціальності 281 «Публічне управління та адміністрування», 073 «Менеджмент» в аграрних вищих навчальних закладах IV рівня акредитації

УДК

Методичні рекомендації підготували: кандидат економічних наук,
доцент Л.М.Пронько

Рецензент:

кандидат економічних наук, доцент кафедри аграрного менеджменту
Кубай О.Г. (Вінницький національний аграрний університет);

Рекомендовано до видання Навчально-методичною радою
Вінницького національного аграрного університету (протокол №____ від
_____ 2019 р.)

Відповідальна за випуск: Л.М. Пронько

ЗМІСТ

ВСТУП

РОЗПОДІЛ БАЛІВ ПО ДИСЦИПЛІНІ

ТЕМИ ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ

ЗМІСТОВНІ МОДУЛІ (АУДИТОРНІ ЗАНЯТТЯ)

ТЕМИ РЕФЕРАТІВ

ПИТАННЯ ДО ЗАЛІКУ

ЛІТЕРАТУРА

ВСТУП

В будь-якому суспільстві, що перетерпіло бурні соціально-економічні перетворення, перелом стереотипів мислення і поведінки, активну федеральну і регіональну законотворчість, на першому місці по значимості стоїть питання взаєморозуміння між великими і малими групами, а також між конкретними людьми. В багатоукладній українській реальності воно приймає особливо важливе значення.

Бізнес – це не тільки організація випуску товарів та послуг, а й прибуткове капіталовкладення незалежно від його матеріально-речової форми функціонування. Важливу роль в його розвитку в розвинених країнах відводять діловому протоколу та веденню переговорів.

Метою вивчення дисципліни «Діловий протокол та ведення переговорів» є розгляд етичних, моральних та психологічних аспектів, механізму ведення переговорного процесу, його національно-культурних та етичних відмінностей.

Складовим ділового протоколу є *ділова етика*. Ділова етика – це система норм моральної поведінки людей, яка дозволяє оцінити з точки зору моральних критеріїв та параметрів, що добре і що погано у відносинах між людьми, а також між окремою людиною та суспільством.

Можна сміливо сказати, що поряд з такими найголовнішими факторами виробництва, як капітал, земля, трудові ресурси та інформація, слід поставити і наявність у сучасного менеджера високорозвиненого почуття ділового протоколу та етики поведінки, вплив яких не потребує особливих вкладень, але значно підвищує імідж фірм та ефективність виробництва.

Тому, крім критеріїв ефективності ділового співробітництва, не менш важливим для бізнесу є дух партнерства та взаємної поваги і чесності. Адже, за сучасних умов управління і підприємцям досить часто доводиться бути в ситуаціях, які можна охарактеризувати як двозначні, вийти з яких при

ліміті часу, різниці поглядів важко. Звідси і підприємцю, і менеджеру, і державному службовцю необхідно знати якого значення надають значення діловій етиці, чесності і порядності їхні партнери. Потрібно знати відповідь і поведінку в таких ситуаціях: *Як зрозуміти протилежну сторону в конфліктній ситуації? Як добитися того, щоб тебе правильно зрозуміли? Яким чином прийти до одного знаменника, домовитись, якщо одна сторона не хоче поступатися своїми інтересами?*

Отже, для підготовки висококваліфікованих спеціалістів, майбутніх керівників і менеджерів в навчальну програму введено «Діловий протокол та ведення переговорів».

В результаті вивчення та засвоєння основних положень дисципліни «Діловий протокол та ведення переговорів» студент повинен:

знати основні правила проведення переговорів; стратегію і тактику ведення переговорів; особливості усного та письмового ділового спілкування з іноземними партнерами;

вміти провести ділові переговори; скласти службовий лист до іноземного партнера; спілкуватися з іноземцями з урахуванням психофізіологічної природи нації; уникнути «міжкультурних» проблем під час переговорів.

Поточний контроль проводиться в ході аудиторних занять; підсумковий – диференційований залік.

ТЕМИ ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ

№ з/п	Назва теми
Модуль 1	
1	Ділове листування
2	Неформальні форми протокольних контактів
3	Імідж ділової людини та основні правила ділового етикету
4	Зовнішній вигляд ділової людини
Модуль 2	
5	Етика ділових відносин з клієнтами та партнерами по бізнесу
6	Національні особливості ділового спілкування
7	Національні особливості ведення переговорів з іноземними партнерами
8	Вимоги до проведення ділових прийомів
9	Система норм і правил поведінки керівника

ЗМІСТОВНІ МОДУЛІ (АУДИТОРНІ ЗАНЯТТЯ)

ЗМІСТОВНИЙ МОДУЛЬ 1 ЕТИКА ДІЛОВОГО СПІЛКУВАННЯ

ТЕМА 1. ДІЛОВЕ ЛИСТУВАННЯ

План

1. Листи в діловому протоколі
2. Поняття дипломатичного листування, його роль у міжнародних відносинах
3. Класифікація дипломатичних документів
4. Основні вимоги до дипломатичних документів
5. Приклади складання ділових листів.
6. Етикет в Інтернеті та електронній пошті

Завдання: навчитися ефективно використовувати ділове листування в процесі встановлення контактів із діловими партнерами.

Методика виконання: розгляд проблематики правильного складання ділових листів. Дуже корисним є ознайомлення із прикладами написання ділової документації (зокрема листів).

Етикет службового листування

Лист-прохання – тактовне звернення адресанта до адресата-партнера, клієнта, спонсора з певним проханням - про участь у заході, про добровільну пожертву чи можливу фінансову допомогу у проведенні важливого заходу. Текст прохання має бути конкретним, лаконічним, переконливим, тактовним, із зазначенням причини, яка спонукала до його написання.

Ініціативний лист за змістом подібний до листа-прохання від імені керівника чи трудового колективу з проханням про допомогу, про сприяння у вирішенні важливих справ, пропозиція про співпрацю. Текст листа небагатослівний, стислий, з конкретною пропозицією - ініціативою.

Лист-підтвердження – письмове підтвердження угоди, попередньої домовленості, запрошення; це й засіб утвердження репутації досвідченого діло-

вого партнера, що виявляє повагу до свого співника та підтверджує зацікавленість у співпраці. Це може бути й підтвердженням про одержання кореспонденції, вантажів, товару, про чинність раніше укладених договорів чи погодженість взяти участь у запропонованому заході.

Рекомендаційні листи – здавна досить поширений важливий вид ділових стосунків, особливо при сприянні молодому фахівцеві в отриманні роботи чи при працевлаштуванні на конкурсній основі.

Рекомендаційний лист має бути об'єктивним, правдивим, містити важливі відомості про рекомендованого (рекомендованих) і повинен бути написаний людиною, відомою чи авторитетною в світі науки, культури, бізнесових чи господарських структур. Він повинен містити важливі відомості, вказувати на надійність, компетентність, високі фахові якості рекомендованого зі словами: "Рекомендую". У листі має бути висловлена згода нести певну відповідальність за рекомендовану особу. Варто делікатно вказати на незначні недоліки в характері чи способі спілкування.

Заохочувальні й спонукальні листи – їх не виділяють в окремий вид ділової кореспонденції, та вони існують, інколи дуже необхідні для заохочення партнерів до подальшої співпраці чи підтримання творчої насаги. Вони допомагають у вирішенні нелегких справ, спонукають до дії.

Лист-запрошення за змістом подібний до запрошення, але менш стандартизований, глибший у викладі причин запрошення адресата взяти участь у важливому діловому заході: написати відгук про наукову роботу чи вернісаж, виступити з доповіддю чи повідомленням на конференції, дати компетентну фахову оцінку. Такий лист вважається виявом особливої поваги до адресата як фахівця і потребує відповіді запрошуваного дати згоду на участь або відмовитись від неї з поважних причин.

Листи-вітання – це вияв високої поваги й уваги до своїх колег, співробітників, ділових партнерів. Офіційність мусить бути не штампованою і безликою. Переважно це ювілейні листи-вітання, укладені в урочистому стилі, який засвідчує поважне ставлення до ювіляра.

Лист-подяка – один з елементів необхідної ділової етики. У ньому висловлюють вдячність з приводу фінансової чи інформаційної допомоги, підтримки, творчої співпраці чи просто доброзичливості. Такий лист краще писати від руки - гарним почерком, грамотно, небагатослівно, коректно і тепло. Надсилати вчасно, без запізнень із подякою.

Лист-вибачення містить вибачення за порушену домовленість щодо терміну виконання ділової угоди чи якісь допущені помилки у співпраці. Необхідний елемент партнерської етики. Містить слова жалю за провину і запевнення в готовності виправити становище.

Лист-відмова вимагає від авторів епістолярної майстерності, потребує вміння тактовно дати категоричну відмову, аргументуючи причину і доводячи адресатові неможливість подальшої їхньої співпраці.

Лист-нагадування найчастіше надсилають діловому партнерові, нагадуючи про наближення або закінчення терміну певного зобов'язання щодо проведення якогось заходу чи сплати прострочених платежів тощо. Зміст листа має бути ввічливим, небагатослівним, коректним, а вимога – обґрунтованою; інколи це категорична й рішуча вимога позбутися боргу та ін. Переважно починається словом «Нагадуємо».

Рекламаційний лист – лист-нарікання, лист-обурення - надсилають діловому партнерові, який не виконав, не дотримався, порушив умови укладеної угоди або недобросовісно виконав узяті на себе зобов'язання. Причиною претензій може бути невиконання всіх пунктів угоди, і адресант вимагатиме від виробника-адресата заміни неякісного товару, допоставки недостачі, процентної знижки з вартості товару чи сплати штрафу. Претензії слід викладати тактовно, інколи - і в «холодно» – ввічливому тоні.

Листи-претензії називають "сердитими", вони подібні до листів-вимог щодо невиконання, порушення діловим партнером договірних зобов'язань, інколи через бухгалтерський недогляд партнера. Саме такі листи є засобом врегулювання непорозумінь на добровільних засадах і навіть обов'язковою

попереджувальною стадією перед позиванням через народний суд або арбітраж.

Питання для самоконтролю

1. У чому полягає сутність офіційного листування на міжнародному рівні?
2. Яке значення має оферта у діловому житті бізнесменів?
3. Які вимоги ставляться до оформлення ділових листів?
4. Приведіть класифікацію дипломатичних документів
5. Назвіть скорочення, що допускаються в ділових паперах
6. Опишіть тактику листування та визнання першочерговості кореспондентів
7. Специфіка оформлення й особливості тексту листа за дипломатичним протоколом як офіційного документа
8. Назвіть відмінність текстів в офіційному та неофіційному листах

Ситуаційні справи

Ситуація 1. Ви – керівник виробництва на кондитерській фабриці. Ваша компанія притримується політики використання тільки свіжих інгредієнтів при виготовленні продукції. Одного разу ви помітили, що термін придатності муки вийшов 2 місяці назад. Чи зупините виробничу лінію до надходження свіжої муки, хоча це потягне збиткові затрати, невиконання календарного плану, чи «закриєте очі» і продовжите виробництво продукції? Аргументуйте.

Ситуація 2. Як ви розумієте слова: поведінка – це дзеркало, в якому відбивається образ «Я» ?

Ситуація 3. Існують норми службового етикету керівника, підлеглого та бажані етикетні стандарти стосунків між рівними за соціальним статусом працівниками в ієрархії підприємства. Які норми і правила службового етикету діють на певних сходинках ієрархічної системи підприємства? Які, на вашу думку, складові кодексу ділової поведінки керівника?

Тестові завдання

1. Офіційна кореспонденція – це:

- а) офіційне листування між державними організаціями різних країн та ділові листи;
- б) листування між іноземними представниками;
- в) комерційні листи та особисті листи;
- г) вірної відповіді немає.

2. Службові листи пишуться:

- а) тільки на одній стороні аркуша;
- б) тільки на бланку;
- в) на двох сторонах аркуша;
- г) вірної відповіді немає.

3. Кожна сторінка службового листа нумерується:

- а) римськими цифрами;
- б) арабськими цифрами;
- в) як завгодно;
- г) не нумерується.

4. На телеграфне замовлення треба дати відповідь:

- а) за 30 днів;
- б) за 10 днів;
- в) за 3 дні;
- г) вірної відповіді немає.

5. Документ, який використовується для підтвердження усної заяви називається:

- а) нота;
- б) пам'ятна записка;
- в) меморандум;
- г) вірної відповіді немає.

6. Печатка відправника обов'язково ставиться на:

- а) ноті;

ТЕМА 2. НЕФОРМАЛЬНІ ФОРМИ ПРОТОКОЛЬНИХ КОНТАКТІВ

План

1. Основне призначення візитної картки. Символіка візитних карток. Види дипломатичних візитних карток.
2. Етикет подарунків. Форми вручення подарунків.
3. Ділові та дипломатичні прийоми та їхні особливості.

Завдання: вміти використовувати візитні картки у діловій сфері життя, ефективно вибирати ділові подарунки та сувеніри та знати, знати, які існують види ділових прийомів.

Методика виконання: розпочати вивчення теми потрібно із розгляду візитних карток та ділових подарунків.

Питання для самоконтролю

1. Оформлення візитних карток.
2. Заочне знайомство за допомогою візитної картки
3. Описати етикет квітів в діловому протоколі
4. Охарактеризувати етикет подарунків в діловому протоколі
5. Назвати форми вручення подарунків
6. Вручення квітів (коли, як, під час або після подій)
7. Надсилання запрошень на прийом і відповідь на запрошення
8. Підготовка меню дипломатичного прийому
9. Прибуття на прийом. Пунктуальність
10. Зустріч гостей
11. Одяг чоловіків і жінок на офіційних, неофіційних та напівофіційних дипломатичних прийомах
12. Класифікація дипломатичних прийомів
13. Основні принципи розміщення за різними видами столів у дипломатичному протоколі

14. Визначення старості дипломатів для протокольного розміщення за столом
15. Міцні напої в дипломатичному етикеті
16. Етикет куріння на дипломатичних прийомах
17. Офіційні тости й обмін промовами на дипломатичних прийомах
18. Закінчення дипломатичного прийому

Ситуаційні справи

Ситуація 1. Відслідкуйте відмінності між поняттями «діловий етикет» і «службовий етикет» і наведіть приклади їх застосування.

Ситуація 2. Організаційна культура – це система загальноприйнятих цінностей, переконань, правил, норм поведінки, що поділяють працівники організації. Організації мають своє «обличчя», власну унікальну культуру, що визначають, насамперед, працюючі в ній люди, їхні пропозиції, цінності, переконання. Сформулюйте та опишіть етапи формування організаційної структури. Приведіть приклад організації, що вдало сформувала корпоративну культуру. У чому полягають переваги організації, яка сформувала корпоративну культуру, перед організацією, що немає такої?

Ситуація 3. Ви – головний менеджер великої фірми з виробництва всесвітньо відомих цигарок. Фірма має чисельні філіали у всьому світі з чималими обсягами продаж. З'явилась можливість відкрити ще одну фабрику в Україні і від вас залежить рішення щодо підписання нової угоди. З одного боку, будівництво такої фабрики забезпечить регіон новими робочими місцями, знімаючи проблему безробіття, з іншого – принесе великий дохід фірмі. Однак, ви ознайомилися з результатами досліджень щодо шкідливого впливу паління на організм людини. Яким буде ваше рішення? Підпишете ви нову угоду чи ні? Чому?

Тестові завдання

1. Вручати подарунки краще за все:

- а) після завершення переговорів;
- б) перед завершенням переговорів, в кінці зустрічі;

в) за урочистих обставин.

2. Зібрання запрошених осіб, де гостям пропонують різні страви і створюють умови для спілкування і знайомства, відпочинку, ритуальних процесій і церемоній:

а) ділова зустріч

б) переговори

в) прийоми

г) весілля

3. Запрошення розсилають до дня прийому за (етикетний мінімум):

а) за день

б) за 2-3 дня

в) за 1-2 тижні

г) за пів року

4. Що не відноситься до денних прийомів:

а)сніданок;

б) «коктейль»;

в)бокал вина;

г) бокал шампанського.

5. До офіційних заходів відносяться:

а) прийоми та церемонії;

б) культурна програма;

в) бесіди;

г) вірної відповіді немає.

6. До денних прийомів відносяться:

а) чай, коктейль;

б) сніданок, обід, вечеря;

в) сніданок, „бокал шампанського”, „бокал вина”;

г) вірної відповіді немає.

7. До вечірніх прийомів відносяться:

а) чай, коктейль, фуршет, обід, вечеря;

- б) „бокал шампанського”, „бокал вина”;
- в) сніданок;
- г) вірної відповіді немає.

8. Як має бути виконана класична ділова візитка?

- а) білий фон, червоні літери
- б) білий фон, чорні літери
- в) білий фон, сині літери
- г) кольорова

9. Хто першим подає свою візитку при знайомстві?

- а) старший за віком
- б) молодший за віком
- в) старший за посадою
- г) молодший за посадою

10. Як правильно прийняти подарунок?

- а) його слід розгорнути
- б) його не слід розгортати
- в) його слід відкласти і лише потім подивитися
- г) його слід покачати всім присутнім

Література: основна (1, 3, 5, 7, 12, 17, 24, 27, 28);

додаткова (3, 4, 9, 11, 15, 16)

Нотатки

ТЕМА 3. ІМІДЖ ДІЛОВОЇ ЛЮДИНИ ТА ОСНОВНІ ПРАВИЛА ДІЛОВОГО ЕТИКЕТУ

План

1. Одяг, зовнішній вигляд та звичаї.
2. Одяг та вимоги до нього для чоловіків.
3. Одяг та вимоги до нього для жінок.
4. Сучасний етикет та правила поведінки.
5. Особливості поведінки в гостях та громадських місцях.
6. Етикет національного прапора.

Завдання: вміти використовувати свій зовнішній вигляд для ефективного ведення переговорів. Знати норми та правила поведінки в гостях та громадських місцях.

Методика виконання: розпочати вивчення теми потрібно із основних вимог до одягу жінок та чоловіків, також потрібно освоїти норми сучасного етикету та правила поведінки.

Питання для самоконтролю

1. Діловий одяг жінок.
2. Діловий одяг чоловіків.
3. Сучасний етикет та правила поведінки.
4. Особливості звернення в діловому житті (вживання титулів і звань; “ви” і “ти”).
5. Правила куріння.
6. Етикет службових взаємин.
7. Етикет мобільних телефонів.
8. Етикет керівника (прийом відвідувачів; організація та проведення нарад).
9. Особливості поведінки в гостях та громадських місцях.
10. Психологічні типи людей, їхня поведінка в діловому спілкуванні та

переговорах.

11. Протокольні аспекти проголошення тостів.

Ситуаційні справи

Ситуація 1. Ви – менеджер з маркетингу і хочете зробити вибіркове опитування споживачів про їх реакцію на товар конкурента. Для цього ви повинні провести опитування від неіснуючого «інституту маркетингу і кон'юнктури ринку».

Чи проведете ви таке опитування? Чому?

Ситуація 2. Ви – менеджер з персоналу. У вашу фірму прийшла здібна жінка, яка хоче бути торговим агентом. Рівень її кваліфікації значно вищий, ніж у чоловіків, які претендують на цю посаду. Але прийом на роботу неодмінно викличе негативну реакцію з боку окремих ваших торгових агентів, серед яких немає жінок. Чи візьмете ви цю жінку на роботу? Чому?

Ситуація 3. Які причини неетичної поведінки діяльності у бізнесі? Які заходи, на вашу думку, варто запропонувати в менеджменті для забезпечення етичної поведінки бізнесмена, менеджера?

Тестові завдання

1. Зовнішнє віддзеркалення людського зображення, «зріз» особистих характеристик

- а) мода
- б) самосприйняття
- в) імідж
- г) темперамент

2. Як поводитися під час їжі? (вказіть правильну відповідь)

- а) за столом потрібно сидіти рівно на краєчку стільця
- б) розмовляючи із сусідом ліворуч, не повертатися спиною до того, хто сидить праворуч.
- в) Ноги перед собою потрібно витягати, не тримати їх разом біля стільця
- г) На столі можуть перебувати не лише кисті рук, але й лікті

3. Загальні правила поведінки за столом:

- а) не спізнюйся, будучи запрошеним на обід, сніданок, вечерю, чай.
- б) потрібно сідати за стіл, поки не сядуть дами або поки хазяїн або господарка не запросять зайняти місце.
- в) потрібно знайомитись після того, як гості сіли за стіл
- г) потрібно кусати від цілого шматка хліба

4. Вкажіть загальні правила для приємного ведення бесіди:

- а) намагайтесь свого співрозмовника підколоти, скривдити, піднятися за його рахунок
- б) потрібно обговорювати вузькі проблем, які, крім тебе, нікому не цікаві.
- в) не слід зачіпати в розмові скандальних тим, проблем, які можуть зачепити чийсь моральні принципи.
- г) у компанії не варто втягувати в розмову різних людей, особливо тих, хто новачок і відчуває себе ніяково

5. Коли краще не дзвонити?

- а) у робочі часи пік
- б) не телефонуй у паузи між справами і нарадами
- в) сприятливий для дзвінків час - з 8.00 до 9.30, з 13.30 до 14.00, після 16.30.
- г) «дрібні телефонні дзвінки» роби в той час, коли вони можуть порушити хід роботи.

6. Поради при веденні телефонної розмови:

- а) чітко вимовляй слова
- б) затуляй мікрофон
- в) не називай повторно свого імені
- г) переривай розмову, якщо по іншому апарату поступає важливий дзвінок

7. Яка тканина краще підходить для чоловічих сорочок?

- а) вельвет
- б) бавовна
- в) нейлон

8. Якого кольору повинно бути чоловіче взуття?

ТЕМА 4. ЗОВНІШНІЙ ВИГЛЯД ДІЛОВОЇ ЛЮДИНИ

План

1. Імідж як умова ділового успіху
2. Зовнішній вигляд ділової людини

Завдання: вміти використовувати свій зовнішній вигляд для ефективного ведення переговорів.

Методика виконання: розпочати вивчення теми потрібно із основних вимог до одягу жінок та чоловіків.

Питання та завдання для самоконтролю

1. Що включає поняття “імідж”?
2. В чому полягає суть іміджу організації?
3. Дайте характеристику іміджу як основи успіху ділової людини.
4. Охарактеризуйте зовнішні та внутрішні чинники іміджу ділової людини.
5. Яку роль відіграє самооцінка у формуванні іміджу?
6. Як впливає зовнішній вигляд на імідж ділової людини?
7. Що притаманно зовнішньому вигляду ділового чоловіка?
8. Охарактеризуйте складові зовнішнього вигляду ділової жінки.
9. Що слід розуміти під поняттям “манери ділової людини”?
10. Поміркуйте над іміджем своєї професії.

Ситуаційні вправи

Ситуація 1. Які правила етикету необхідні працівникам будь-якої організації для успішної роботи з клієнтами? Які етичні норми поведінки повинні бути притаманні керівникові?

Ситуація 2. Ви менеджер з виробництва у фірмі, яка виготовляє DVD. Не так

давно ви дізналися, що конкуруюча фірма надала своїм DVD властивостей, яких ваші не мають. На щорічній спеціалізованій виставці фірми-конкурента буде відкрито офіс для гостей, де на одному із засідань її керівник розкаже для своїх дилерів про нову розробку. Ви можете уповноважити свого співробітника бути присутнім на цьому засіданні в статусі нового дилера, щоб дізнатися про новинку.

Чи підете ви на такий крок? Чому?

Тестові завдання

1. Здійснюючи підбір костюма потрібно керуватись такими загальними правилами:

- а) єдність стилю;
- б) відповідність стилю конкретній ситуації;
- в) розумна мінімізація колірної гамми (“правило трьох кольорів”);
- г) всі відповіді вірні.

2. Зовнішній вигляд (одяг) – це:

- а) загальне враження охайності, акуратності і навіть деякої педантичності в одязі;
- б) уподібнення себе іншому;
- в) ніщо порівняно з внутрішніми якостями людини;
- г) перший крок до успіху в ділових стосунках.

3. Який вигляд повинен мати діловий чоловік?

- а) солідний і впевнений у собі;
- б) діловий і привабливий;
- в) порядний, який викликає довіру;
- г) всі відповіді вірні.

4. Для формування позитивного зовнішнього іміджу рекомендується:

- а) намагайтеся, щоб ваші вчинки, слова й одяг запам’ятовувалися;
- б) не бути занадто наполегливими;
- в) не нав’язуйте свої думки співбесіднику;

г) вмійте слухати співбесідника.

5. Для офіційних візитів традиційно використовують:

- а) фрак;
- б) правильна відповідь а і в;
- в) смокінг;
- г) класичний чорний костюм.

6. Фрак – це:

- а) чоловічий костюм, рід сюртука з вирізаними спереду полами і довгими вузькими фалдами ззаду;
- б) піджак з чорного сукна, припасований до талії, з блискучими шовковими вилогами і застебнутий на один гудзик;
- в) піджак, біла сорочка, брюки в тон піджака;
- г) вірна відповідь відсутня.

7. Смокінг – це:

- а) піджак, біла сорочка, брюки в тон піджака;
- б) піджак з чорного сукна, припасований до талії, з блискучими шовковими вилогами і застебнутий на один гудзик;
- в) правильна відповідь а і г;
- г) чоловічий костюм, рід сюртука з вирізаними спереду полами і довгими вузькими фалдами ззаду.

8. Фрак надягають у випадках:

- а) на офіційні прийоми;
- б) на святкові обіди;
- в) на урочисті презентації;
- г) всі відповіді вірні.

9. Обов'язкове доповнення до фрака – це:

- а) чорні штани без манжетів;
- б) хустинка в тон краватки;
- в) кишеньковий годинник;
- г) золоті запонки.

10. На думку фахівців, мистецтво вміння одягатися потребує виконання певних правил:

- а) господиня може зустріти гостей у простому домашньому одязі;
- б) необхідно одягатися відповідно до своєї зовнішності;
- в) потрібно завжди одягатися гарно і елегантно;
- г) вірна відповідь відсутня.

Література: основна (2, 3, 6, 7, 9, 27);

додаткова (3, 4, 8, 10, 11)

Нотатки

This image shows a full page of white paper with horizontal ruling lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page, providing a template for writing or drawing. There are no margins, text, or other markings on the page.

ЗМІСТОВНИЙ МОДУЛЬ II

БІЗНЕС ЕТИКА

ТЕМА 5. ЕТИКА ДІЛОВИХ ВІДНОСИН З КЛІЄНТАМИ ТА ПАРТНЕРАМИ ПО БІЗНЕСУ

План

1. Основні форми спілкування менеджера з клієнтами
2. Етика ділових відносин з клієнтами
3. Етика ділових відносин з партнерами по бізнесу

Завдання: освоїти основні форми спілкування менеджера з клієнтами.

Методика виконання: розпочати вивчення теми потрібно із вивчення етики ділових відносин з клієнтами та партнерами по бізнесу.

Питання для самоконтролю

1. Які, на Вашу думку, умови успішності керівника?
2. Який вплив мають норми етики та етикету на взаємини з клієнтами та партнерами по бізнесу?
3. Прокоментуйте вислів: “Клієнти – це джерело життя для корпорації, і їх треба поважати, як землю, за те, що вона – джерело життя”.
4. В чому полягає зміст гендерної рівності в діловій сфері?
5. Які гендерні стереотипи існують в діловій сфері?
6. Як впливають особливості чоловіків та жінок на їх діяльність в діловій сфері?

Ситуаційні справи

Ситуація 1. Хоча головною задачею менеджера є максимізація прибутку, одержуваного компанією, усе більшого значення набуває і його соціальна відповідальність перед суспільством, його конкретні дії, що забезпечують

рішення проблем, які постають перед країною. Ті, хто вважають, що соціальні проблеми повинна вирішувати держава, а бізнес тільки «робити гроші», аргументують свою позицію тим, що дії в соціальній області ведуть до зниження прибутків компанії, погіршенню в цьому зв'язку її конкурентних позицій, росту витрат, що у наступному ведуть до підвищення цін, що завдає шкоди споживачам і викликає інші негативні наслідки.

Прихильники соціальної відповідальності бізнесу перед суспільством вважають, що бізнесмени мають перед ним моральні зобов'язання, що соціальні дії можуть зробити велику користь підприємцям, підвищують їхній імідж у суспільстві, є непоганою рекламою.

Аргументовано обґрунтуйте свою прихильність до тієї або іншої позиції. Який ефект може очікувати український підприємець від виконання соціальних зобов'язань перед країною і суспільством в цілому?

Ситуація 2. Відслідкуйте відмінності між поняттями «соціальна відповідальність» і «бізнес».

Наведіть приклади соціальної відповідальності.

Тестові завдання

1. У людських стосунках слід розмежовувати два поняття культури, а саме:

- а) як способу організації взаємодії людей і морального змісту цієї взаємодії, стосунків;
- б) як способу організації взаємодії людей і фізичного змісту цієї взаємодії, дій та вчинків;
- в) правильна відповідь а) та б);
- г) немає правильної відповіді.

2. Термін етикет від фламандського *steeken* означає:

- а) ярлик;
- б) етикетка;
- в) встромляти;

г) манера.

3. В якому столітті з'явився термін етикет?

- а) 17 ст.;
- б) 18 ст.;
- в) 19 ст.;
- г) 16 ст..

4. Етикет – це?

- а) це зовнішній прояв внутрішньої дисципліни людей, прагнення до порядку та порядності;
- б) це внутрішній прояв внутрішньої дисципліни людей;
- в) це прагнення до порядку та порядності;
- г) немає правильної відповіді.

5. Які основні моменти необхідно врахувати при проведенні ділової зустрічі:

- а) Предмет ділової зустрічі;
- б) Місце проведення;
- в) Часові межі;
- г) Усі відповіді вірні.

6. З чого зазвичай розпочинається ділова розмова:

- а) З фуршету;
- б) Із загальних фраз, поступово переходячи до найбільш важливих, принципових питань;
- в) З обговорення найважливіших аспектів та проблем;
- г) Із розмов про релігію та політику.

7. Про що не рекомендується говорити на діловій зустрічі:

- а) Про наявний стан організації партнера;
- б) Про кваліфікацію персоналу, що працює в організації партнера;
- в) Про особисті речі (релігію, політичні погляди);
- г) Про плани партнерів.

8. Показування, прочищення горла, часте паління зазвичай

приймають за жести:

- а) Нервозності;
- б) Непевності;
- в) Агресивності;
- г) Меланхолічності.

9. Рекомендаціями для мовця є:

- а) не припускати типових помилок сприймання партнера (краси, нерівності, фільтру і т.п.);
- б) не перетворювати діалог на монолог, друга сторона повинна мати можливість висловити свою думку (розмова не повинна перетворюватись на дуолог, де кожен слухає лише себе й обміну думок немає);
- в) бути уважним до партнера, тактовним, делікатним (стежити за його реакцією, уникати негативних оцінок щодо нього, епітетів, порівнянь, які можуть викликати образу, гнів);
- г) всі відповіді вірні.

10. Рекомендаціями слухачеві є:

- а) під час розмови не треба робити нервових рухів, крутити якісь предмети в руках, постукувати пальцями по столу чи щохвилини поглядати на годинник;
- б) не акцентувати своє “Я”;
- в) треба зважати на інтонацію мовлення;
- г) правильна відповідь відсутня.

Література: основна (2, 3, 6, 7, 24);

додаткова (3, 4, 16)

Нотатки

ТЕМА 6. НАЦІОНАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ ДІЛОВОГО СПІЛКУВАННЯ

План

1. Особливості спілкування з партнерами європейських країн.
2. Особливості спілкування з партнерами країн Північної та Південної Америки.
3. Особливості спілкування з партнерами країн Азії, Близького Сходу та Австралії.

Завдання: ознайомитися із національними особливостями ділового спілкування різних країн.

Методика виконання: розпочати вивчення теми потрібно із особливостей ділового спілкування представників європейських країн, країн Північної та Південної Америки, країн Азії, Близького Сходу та Австралії.

Питання для самоконтролю

1. Особливості спілкування з партнерами європейських країн.
2. Особливості спілкування з партнерами США.
3. Особливості спілкування з партнерами південної Америки.
4. Особливості спілкування з партнерами країн Австралії.
5. Особливості спілкування з партнерами Арабських країн.
6. Особливості спілкування з партнерами Китаю.
7. Особливості спілкування з партнерами Республіки Кореї.
8. Особливості спілкування з партнерами Індії.
9. Особливості спілкування з партнерами Японії.

Ситуаційні вправи

Ситуація 1. У роботі менеджера особливу роль грає раціональність мислення. Сучасний менеджер повинен мати здатність бути різним у різних

умовах, щоб відповідати вимогам обстановки в процесі керування. Охарактеризуйте діалектику розумового процесу сучасного менеджера.

Ситуація 2. Відслідкуйте відмінності між поняттями «соціальна відповідальність» і «бізнес». Наведіть приклади соціальної відповідальності.

Тестові завдання

1. Що відноситься до опосередкованої форми спілкування:

- а) жест;
- б) інтонація;
- в) лист.

2. Що відноситься до безпосередкованої форми спілкування:

- а) жест;
- б) масові засоби інформування;
- в) лист.

3. Як англійці приймають рішення?

- а) спонтанно
- б) повільно
- в) зважено

4. Коли не потрібно призначати зустріч іспанцям?

- а) зранку
- б) опівдні
- в) ввечері.

5. Що є кращим способом для зав'язання поживавленої бесіди з італійцем?

- а) виявити цікавість до італійської культури і історії
- б) виявити цікавість до італійської кухні
- в) виявити цікавість до італійських звичаїв і традицій

6. На котру годину у французькій діловій практиці прийнято призначати переговори?

- а) 9 годину ранку

б) 10 годину ранку

в) 11 годину ранку

7. Якої дистанції під час переговорів дотримуються американці?

а) близької

б) середньої

в) великої

8. Китайські підприємці віддають перевагу веденню переговорів на:

а) своїй території

б) території партнера

в) нейтральній території

9. Знайомство з японським бізнесменом не можливе без:

а) обміну візитними картками

б) попереднього знайомства

в) розмови по телефону

10. Чому не надають великого значення в Австралії ділові люди?

а) національності партнера

б) рівню ведення переговорів

в) одягу

Література: основна (2, 3, 6, 7, 9, 16, 24, 25, 27);

додаткова (3, 4, 8, 10, 11, 16)

Нотатки

ТЕМА 7. НАЦІОНАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ ВЕДЕННЯ ПЕРЕГОВОРІВ З ІНОЗЕМНИМИ ПАРТНЕРАМИ

План

1. Особливості переговорів з партнерами європейських країн.
2. Особливості переговорів з партнерами країн Північної та Південної Америки.
3. Особливості переговорів з партнерами країн Близького Сходу

Завдання: ознайомитися із національними особливостями ведення переговорів різних країн.

Методика виконання: розпочати вивчення теми потрібно із особливостей ведення переговорів представників європейських країн, країн Північної та Південної Америки та країн Близького Сходу.

«Особливості переговорів із іноземними партнерами»

Співробітництво з іноземними партнерами передбачає, насамперед, особисті контакти, але може бути повноцінним лише за наявності знання основних правил, етичних норм і традицій ділових стосунків, які ґрунтуються на дипломатичному протоколі, а також на національно-культурних і етнічних відмінностях переговорного процесу.

Переговори з англіїцями

Бізнесмени-англіїці - одні з найбільш кваліфікованих в діловому світі Заходу. Вони працюють у промисловості, вміють ретельно і вміло аналізувати ситуацію на ринку, складати короткострокові та середньострокові прогнози.

Англіїський бізнесмен – це ерудована людина, в якій поєднуються висока професійна підготовка і своєрідний політичний інфантилізм. Суто людські фактори мають для нього величезне значення. Він не замикається на своїй роботі, а має широке коло інтересів, пов'язаних не лише з економікою, а й спортом, літературою, мистецтвом. Він спостережливий, є добрим

психологом і не сприймає як фальші, так і приховування слабкої професійної підготовки.

Починайте переговори не з предмета обговорення, а з суто людських проблем - погода, сім'я, діти.

Постарайтеся викликати симпатію англійського партнера. Необхідно підкреслити ваше добре ставлення до британського народу та до ідей, які він поділяє. Всі питання мають бути витримані і коректні.

Якщо англійський партнер запросив вас на ланч – не відмовляйтеся, але пам'ятайте, що ви повинні також організувати подібний захід.

Переговори з французами

При діловому контакті з французькими партнерами слід бути дуже уважним до їх невербального поведіння. У Франції не прийнято звертатися до співрозмовників по імені, якщо тільки вони самі про це не попросили. Контактуючи, французи ніколи не применшують силу партнера. Вони пильно слідкують за тим, аби зберегти свою незалежність і не поступитися. Вони жорстко ведуть переговори і, як правило, не мають запасної позиції, розраховуючи на перемогу, ставлячи у приклад Наполеона.

Щодо налагодження контактів і переговорів, французькі дипломати і чиновники більш консервативні, ніж німці чи італійці.

Зазвичай контакти встановлюються за столом. Не варто критикувати страви, а особливо вино. У великих будинках в Парижі свої винні льохи, свої марки, і якщо ви похвалили вино господаря, це може бути першим кроком до встановлення добрих відносин (до речі, французи, на відміну від нас, не цокаються).

У французькій діловій практиці переговори прийнято призначати на 11-ту годину ранку. Під час перерви учасникам можна запропонувати сніданок. Французи дуже пишаються своєю кухнею, тому рекомендується захоплюватися стравами і напоями, якими вас пригощають. У зв'язку з цим не варто додавати за своїм смаком сіль або прянощі, а також залишати їжі на тарілці.

По-перше, у них уже є досвід -
контакти встановлюються згідно із
званням, рангом

По-друге, вони розуміються в контактах. Ви їм
потрібні - вони йдуть на зв'язок з вами, у них
пропав інтерес - вони поводяться так, ніби вас і
не знали. Принцип - жодних зайвих контактів.

По-третє, вони не люблять запрошувати до себе
додому. Роблять це тільки у виняткових випадках або
щодо осіб високого рангу (посла), чи у випадку
крайньої необхідності. Всі контакти ведуться, як
правило, у робочі дні та години.

Переговори з німцями

Німці віддають перевагу переговорам, у яких вони з достатньою очевидністю бачать можливість знаходження рішення. Як правило, вони сумлінно прораховують свою позицію. В ході переговорів люблять обговорювати питання послідовно: одне за одним.

Перед тим, як випити, піднімають келих і цокаються з господарем. У ресторані вітають тих, хто знаходиться поряд, навіть незнайомих, словом "Mahlzeit", що приблизно означає "смачного". При виборі нейтральної теми для розмови слід враховувати, що німці люблять три речі - музику, квіти і тварин.

Переговори з японцями

В японському національному характері виділяють такі риси, як:

- працьовитість,
- розвинене естетичне почуття,
- дисциплінованість,
- відданість авторитету,
- ввічливість і охайність,
- витримка і ощадливість,
- допитливість.

Етичні норми в Японії спираються на п'ять китів: людяність, обов'язок, мудрість, вірність та добру вдачу.

Ділова етика японських бізнесменів суттєво відрізняється від правил і норм ділового світу Заходу. Знайомство з представником японського бізнесу починається з обміну візитними картками.

При зустрічах з керівництвом фірми і переговорах необхідно бути пунктуальним – японці болісно ставляться до запізнень, чим би вони не були викликані. Якщо ви не можете прибути вчасно, обов'язково попередьте про це японську сторону, а тривалість зустрічі скоротіть на час запізнення, тому що у партнера по зустрічі можуть бути інші справи. Уникайте рукостискань при зустрічі з японцями - вони вважають за краще уклін.

Переговори з італійцями

Італійці – народ, в характері якого домінує експресивність, тобто схильність повністю піддаватися своїм емоціям та відверто висловлювати їх. Стимування емоцій вони вважають чимось неприродним і ототожнюють це з лицемірством.

Міміка італійця відображає сильну гру почуттів, завдяки чому його обличчя є надзвичайно виразним.

Італійці люблять вирішувати ділові питання не за столом переговорів, а в неофіційній обстановці, наприклад, у невеличкому ресторані, але легкість у спілкуванні та традиційна відкритість італійців не повинні вас надто

розслаблювати, оскільки в бізнесових питаннях ви зустрінете досить офіційний підхід.

Характерно, що в Італії ви майже не зустрінете на керівних посадах жінок. Традиції суспільства утримують жінку вдома більше, ніж в будь-якій іншій європейській країні. Тому якщо ви тут у діловій подорожі, і якщо ви - жінка, вражайте, що одягаєтесь для чоловіків.

Переговори з іспанцями

За характером іспанці серйозні, відкриті, галантні люди, з добрим почуттям гумору і здатністю працювати в команді. Темперамент мають неспокійний, одержимий, запальний, з частою зміною настрою. Вони закохані у життя, часто захоплюються, меткі й влучні у висловлюваннях. Жителі північних країн можуть сприйняти розмову двох іспанців як сварку, хоча насправді так вони спілкуються. Іспанці галасливі, але відкриті й доброзичливі.

При встановленні ділових контактів з іспанськими бізнесменами необхідно враховувати деякі особливості цієї країни та її людей. Так, не прийнято призначати зустріч під час сієсти (денного відпочинку). Слід мати на увазі, що в Іспанії снідають о 14-й годині, а обідають - о 22-й. За столом не прийнято обговорювати такі теми, як особисте життя, корида, політика.

Оскільки вони люблять багато говорити, то майже не дотримуються регламенту зустрічі. Для ділових зустрічей слід вдягати класичний костюм, білу сорочку та начищене до блиску взуття.

У цій країні не прийнято запрошувати ділових партнерів додому.

Переговори з корейцями

Корейці є відкритими, товариськими, ввічливими й добре вихованими людьми. Тому слід пам'ятати, що доброзичливе ставлення до вас може й не означати, що вам вдалося зацікавити ваших партнерів своїми пропозиціями. Вони просто виявляють ввічливість, і ви повинні відповідати тим же.

Корейське суспільство є суворо ієрархічним і досить авторитарним. Престиж людини залежить від посади й віку і часто запрацьовується

нелегкою працею. Тому якщо іноземець не виявить належної поваги, його шанси на успіх значно знизяться. Для цього треба чітко уявляти співвідношення власного статусу зі статусом партнера. У цьому вам допоможуть візитні картки, у яких корейських бізнесменів зацікавить не стільки ваше ім'я, скільки організація в якій ви працюєте, і ваш статус у ній.

Кодекс ділової поведінки у цій країні значно відрізняється від західних стандартів, корейці вважаються одними із найскладніших ділових партнерів у світі. Вони не звикли відкрито висловлювати незгоду з партнером, доводити його неправоту (і того ж очікують від співрозмовників).

Переговори з китайцями

Китайці економні, старанні, ощадливі, обережні і терпимі. Поєднують гнучкість з жорсткістю і сподіваються, що партнер також володіє цими якостями. При цьому бажано не забувати, що під час вітання при обміні рукостисканням (воно прийнято в Китаї) спочатку тиснуть руку більш високопоставленої особи.

У складі китайських делегацій, як правило, багато експертів - експерт з фінансових питань, технічних і т.д. Як наслідок, чисельність їх, як правило, досить великою.

На переговорах з китайською стороною не варто очікувати, що партнер першим "відкриє свої карти", тобто першим висловить свою точку зору, зробить пропозиції і т. ін. Якщо переговори проводяться на території китайської сторони (до речі, вони це люблять), китайці можуть посилатися на те, що, згідно з їхніми традиціями "гість говорить перший". Спроби ж отримати інформацію від китайської сторони часто виявляються безрезультатними: вона зводиться в основному до загальних положень.

У Китаї великого значення надають налагодженню неформальних відносин із зарубіжними партнерами. Вас можуть запитати про вік, сімейний стан, дітей - не ображайтеся, це щирий інтерес до вас. Вас радо запросять у гості або на обід в ресторан, де подадуть не менше 20 страв. Якщо ви не готові скуштувати подане вам екзотичне блюдо - не відмовляйтеся

демонстративно.

Питання для самоконтролю

1. Особливості ведення ділових переговорів з американцями.
2. Особливості ведення ділових переговорів з англійцями.
3. Особливості ведення ділових переговорів з французами.
4. Особливості ведення ділових переговорів з німцями.
5. Особливості ведення ділових переговорів з японцями.
6. Особливості ведення ділових переговорів з італійцями.
7. Особливості ведення ділових переговорів з іспанцями.
8. Особливості ведення ділових переговорів з корейцями.
9. Особливості ведення ділових переговорів з китайцями.

Ситуаційні вправи

Ситуація 1. Ви – головний менеджер відомої фірми, який прикладає великі зусилля для підписання вигідної угоди на чималу суму з однією компанією. В процесі переговорів дізнаєтеся, що представник покупця шукає для себе більш вигідну роботу. Ви не маєте бажання брати його до себе на роботу, але якщо натякнете йому про таку можливість, то він, швидше за все зробить замовлення саме у вас.

Як ви поступите? Чому?

Ситуація 2. Ви – комерційний директор посередницької компанії. Ваш конструкторський відділ недавно видозмінив один з продуктів. Ви знаєте, що введена новизна не принесла реального покращення якості продукту, але слово «новинка» на упаковці значно підвищило збут продукції. Чи будете ви рекомендувати нанести на пакет слово «новинка» і висувати його при рекламі на продукт?

Ситуація 3. Відслідкуйте відмінності між поняттями «діловий протокол» і «дипломатичний протокол». Окресліть межі їх застосування.

Тестові завдання

1. Якщо ви хочете зав'язати з американцями ділові контакти, вам необхідно:

- а) виявляйте впевненість, рішучість, але в жодному разі не нерозсудливість.
- б) виявляти особливий інтерес до сім'ї.
- в) завжди пам'ятати про компліменти, слова подяки і стійкі словосполучення, вибачення тощо.
- г) всі відповіді вірні.

2. Якщо ви хочете зав'язати з американцями ділові контакти, вам необхідно:

- а) бути діловим, але не діловитим.
- б) бути щирим і безпосереднім у спілкуванні.
- в) виставляти себе як хорошого сім'янина.
- г) всі відповіді вірні.

3. У чий діловій практиці переговори прийнято призначати на 11-ту годину ранку:

- а) американці
- б) французи
- в) англійці
- г) японці

4. Не варто критикувати страви, а особливо вино:

- а) іспанців
- б) французів
- в) англійців
- г) італійців

5. Не прийнято призначати зустріч під час сієсти:

- а) англійцям
- б) італійцям
- в) іспанцям
- г) американцям

6. На переговорах не варто очікувати, що партнер першим "відкриє свої

карти":

- а) англійцями
- б) китайцями
- в) корейцями
- г) іспанцями

7. Снідають о 14-й годині, а обідають - о 22-й:

- а) італійці
- б) японці
- в) іспанці
- г) корейці

8. Не надто організований та пунктуальний народ:

- а) китайці
- б) англійці
- в) американці
- г) італійці

9. Принести в ділові стосунки гармонію, встановити між партнерами "людські відносини" намагаються:

- а) японці
- б) англійці
- в) корейці
- г) німці

10. Відрізняються працьовитістю, старанністю та пунктуальністю, ощадливістю і раціональністю, організованістю та педантичністю, скептичністю, серйозністю та прагненням до упорядкованості:

- а) німці
- б) іспанці
- в) італійці
- г) американці

Література: основна (2, 3, 6, 7, 9, 24, 25);

додаткова (3, 4, 8, 10, 11)

Нотатки

[illegible]

ТЕМА 8. ВИМОГИ ДО ПРОВЕДЕННЯ ДІЛОВИХ ПРИЙОМІВ

План

1. Загальні вимоги до проведення ділових прийомів
2. Види прийомів
3. Культура організації прийому та поведінки за столом

Завдання: ознайомитися із загальними вимогами до проведення ділових прийомів.

Методика виконання: розпочати вивчення теми потрібно із розгляду вимог до проведення ділових прийомів, навчитися правильно організовувати ділові прийоми.

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

Влаштовуються прийоми у зв'язку із завершенням переговорів, річницею якої-небудь видатної події, на честь прибулої на фірму делегації чи високого гостя, а також у запланованому порядку.

На прийомах відбувається активний обмін думками, інформацією, зав'язуються дружні стосунки, які є дуже важливими в ділових стосунках.

Прийоми – це інструмент ділових стосунків.

Великого поширення набули такі види прийомів: “сніданок”, “обід”, “вечеря”, “шведський стіл”, “фуршет”, “коктейль”, “келих шампанського” чи “келих вина”, “чай”.

До прийомів з розміщенням відносяться такі прийоми як сніданок, обід, вечеря, з яких найбільш почесними є “сніданок”, “обід”,

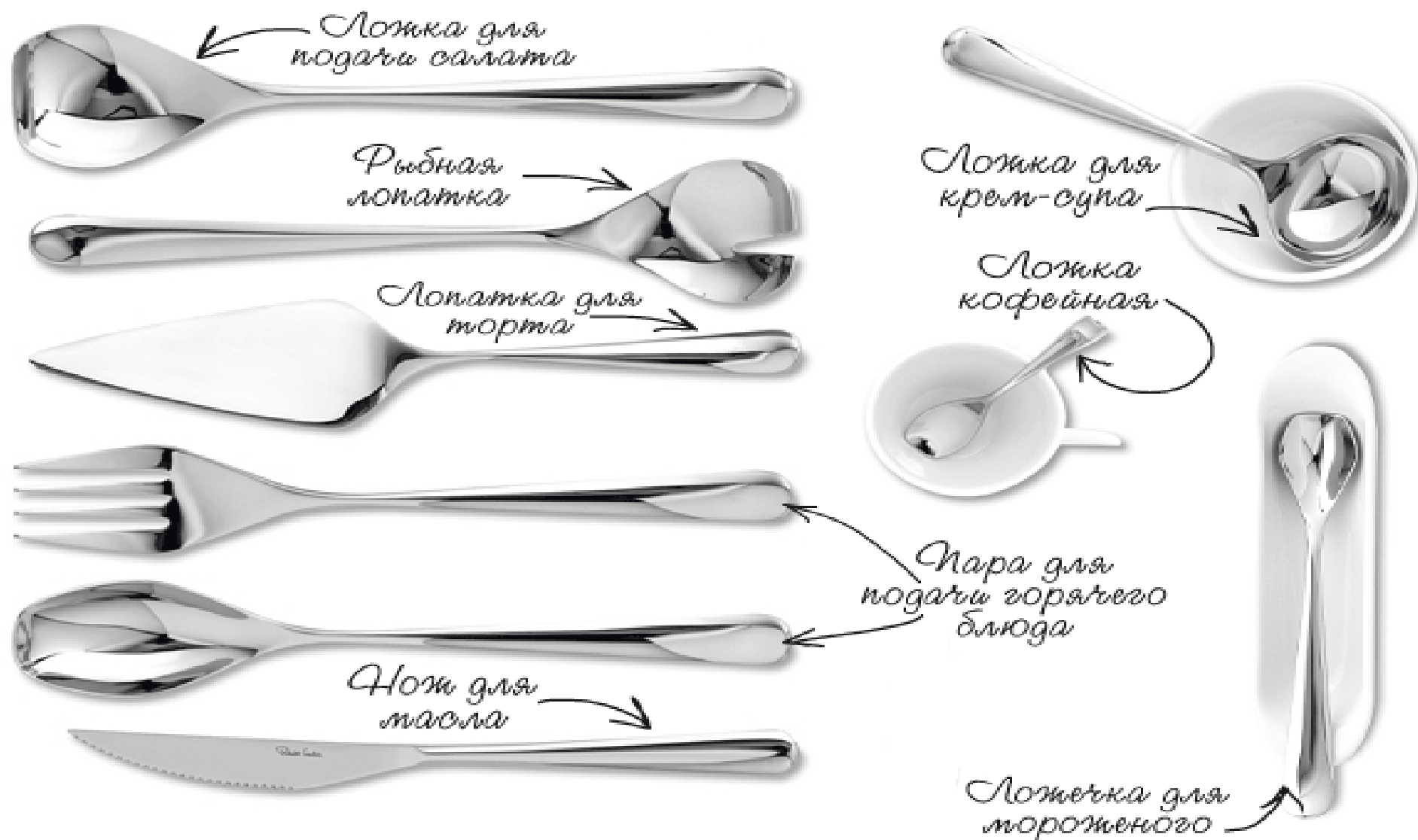
а до прийомів без розміщення – “шведський стіл”, “фуршет”, коктейль”, “келих шампанського” чи “келих вина”, “чай” та ін.

До денних прийомів відносяться “сніданок”, “келих шампанського” чи “келих вина”.

Решта прийомів відносяться до вечірніх.

Основні прибори



Допоміжні прибори

Важливим елементом культури ділового прийому є дотримання відповідних правил в процесі сервірування столу.

Столові прибори та їх характеристика

Столові прибори поділяються на 2 групи: **основні і допоміжні**.

Основні служать для прийому їжі, а допоміжні – для порціонування, перекладання страв.

До основних приборів належать: закусочний, рибний, столовий, десертний, фруктовий набори, а також чайна та кавова ложки, ложка для морозива, виделка кокотна, виделка для раків, ложка бульйонна.

Питання для самоконтролю

1. Яка роль прийомів в налагодженні ділових контактів?
2. Якими є загальні вимоги до проведення ділових прийомів?
3. Проаналізуйте особливості різних видів прийому без розміщення.
4. Яким є порядок проведення прийому з розміщенням?
5. Як сервірувати стіл?
6. Які існують правила користування столовими приборами?
7. Яка послідовність подачі блюд?
8. Як поєднуються блюда та напої?
9. Назвіть та прокоментуйте правила поведінки за столом.

Ситуаційні справи

Ситуація 1. У роботі менеджера особливу роль грає раціональність мислення. Сучасний менеджер повинен мати здатність бути різним у різних умовах, щоб відповідати вимогам обстановки в процесі керування.

Охарактеризуйте діалектику розумового процесу сучасного менеджера.

Ситуація 2. Ви – менеджер з персоналу. У вашу фірму прийшла здібна жінка, яка хоче бути торговим агентом. Рівень її кваліфікації значно вищий, ніж у чоловіків, які претендують на цю посаду. Але прийом на роботу неодмінно викличе негативну реакцію з боку окремих ваших торгових

агентів, серед яких немає жінок. Чи візьмете ви цю жінку на роботу? Чому?

Тестові завдання

1.Переговори-це:

- а) зібрання запрошених осіб, де гостям пропонують різні страви і створюють умови для спілкування, знайомства, ритуальних процесів та церемоній, відпочинку;
- б) форма колективного обговорення ділових проблем, які хвилюють громадськість. їх проводять з метою спільного осмислення певного питання;
- в) це робота колективного розуму, спрямованого вмілим керівником у потрібне русло на плідний кінцевий результат;
- г) є основним методом відбору та оцінки персоналу, що представляє собою процес обміну інформацією між представником кадрової служби або керівником підрозділу та кандидатом на вакантну посаду.

2.Прийоми влаштовуються в зв'язку із:

- а) завершенням переговорів;
- б) річницею якої-небудь видатної події;
- в) на честь прибулої на фірму делегації чи високого гостя;
- г) усі відповіді вірні.

3.Яку підготовчу роботу повинна виконати сторона,що організовує прийом:

- а) визначити вид прийому;
- б) скласти список запрошених осіб;
- в) скласти список запрошених осіб;
- г) усі відповіді вірні.

4. Які особливості необхідно врахувати при запрошенні гостей:

- а) Не запрошувати гостей з різних країн;
- б) Щоб серед гостей не опинилися особи, які ворожо ставляться один до одного або ж дотримуються протилежних політичних поглядів;
- в) Не запрошувати гостей, які є громадянами конфліктуючих держав;

г) не має правильної відповіді.

5. Що необхідно зробити,отримавши запрошення на прийом:

- а) Подякувати за запрошення;
- б) Повідомити,що ви отримали запрошення;
- в) Необхідно підтвердити свій прихід письмово чи телефоном;
- г) усі відповіді вірні.

6. Якщо запрошується подружжя на перше місце в запрошенні завжди ставлять ім'я:

- а) жінки;
- б) чоловіка;
- в) не має ніякої різниці;
- г) залежно від віку.

7. Якщо прийом вважається офіційним,то:

- а) . Чоловік має бути присутній на офіційному прийомі без дружини, а запрошені жінки – з огляду на соціальне становище жінки – без чоловіка;
- б) Подружжя має обов'язково бути разом;
- в) Подружжя має прийти разом,але сидіти окремо-залежно від рангу та посади кожного з них;
- г) Жінки не повинні бути присутніми.

8. Першими на прийомах вітаються:

- а) Дружина господаря з дружиною гостей;
- б) Дружина гостя з дружиною господаря;
- в) Гість з господарем,дружина гостя-з господинею;
- г) вітається дружина гостя з господарем, потім з господинею, а чоловік (гість) – спочатку з господинею, а потім – з господарем.

9. Що відноситься до прийомів без розміщення:

- а) Шведський стіл;
- б) Фуршет;
- в) Коктейль;
- г) усі відповіді вірні.

10. Що не відноситься до денних прийомів:

- а) Сніданок;
- б) Коктейль;
- в) Келих вина;
- г) Келих шампанського.

Література: основна (1, 3, 5, 7, 12, 17);

додаткова (3, 4, 15, 16)

Нотатки

This image shows a blank sheet of white paper with horizontal ruling lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page. There are no margins, text, or other markings on the paper.

ТЕМА 9. СИСТЕМА НОРМ І ПРАВИЛ ПОВЕДІНКИ КЕРІВНИКА

План

1. Особливості роботи керівника
2. Умови праці керівника
3. Система норм і правил поведінки керівника

Завдання: ознайомитися із системою норм і правил поведінки керівника.

Методика виконання: розпочати вивчення теми потрібно із розгляду та вивчення норм і правил поведінки керівника.

Питання для самоконтролю

1. Як впливає зовнішній вигляд на імідж ділової людини?
2. Що притаманно зовнішньому вигляду ділового чоловіка?
3. Охарактеризуйте особливості роботи керівника
4. Яка система норм і правил поведінки керівника?

Ситуаційні вправи

Ситуація 1. Ви – керівник виробництва на кондитерській фабриці. Ваша компанія притримується політики використання тільки свіжих інгредієнтів при виготовленні продукції. Одного разу ви помітили, що термін придатності муки вийшов 2 місяці назад. Чи зупините виробничу лінію до надходження свіжої муки, хоча це потягне збиткові затрати, невиконання календарного плану, чи «закриєте очі» і продовжите виробництво продукції? Аргументуйте.

Ситуація 2. Як ви розумієте слова: поведінка – це дзеркало, в якому відбивається образ «Я» ?

Тестові завдання

1. Зовнішній вигляд (одяг) – це:

- а) загальне враження охайності, акуратності і навіть деякої педантичності в

одязі;

- б) уподібнення себе іншому;
- в) ніщо порівняно з внутрішніми якостями людини;
- г) перший крок до успіху в ділових стосунках.

2. Який вигляд повинен мати діловий чоловік?

- а) солідний і впевнений у собі;
- б) діловий і привабливий;
- в) порядний, який викликає довіру;
- г) всі відповіді вірні.

3. Для формування позитивного зовнішнього іміджу рекомендується:

- а) намагайтеся, щоб ваші вчинки, слова й одяг запам'ятовувалися;
- б) не бути занадто наполегливими;
- в) не нав'язуйте свої думки співбесіднику;
- г) вмійте слухати співбесідника.

4. Для офіційних візитів традиційно використовують:

- а) фрак;
- б) правильна відповідь а і в;
- в) смокінг;
- г) класичний чорний костюм.

5. Фрак – це:

- а) чоловічий костюм, рід сюртука з вирізаними спереду полами і довгими вузькими фалдами ззаду;
- б) піджак з чорного сукна, припасований до талії, з блискучими шовковими вилогами і застебнутий на один гудзик;
- в) піджак, біла сорочка, брюки в тон піджака;
- г) вірна відповідь відсутня.

6. Смокінг – це:

- а) піджак, біла сорочка, брюки в тон піджака;
- б) піджак з чорного сукна, припасований до талії, з блискучими шовковими вилогами і застебнутий на один гудзик;

- в) правильна відповідь а і г;
- г) чоловічий костюм, рід сюртука з вирізаними спереду полами і довгими вузькими фалдами ззаду.

7. Фрак надягають у випадках:

- а) на офіційні прийоми;
- б) на святкові обіди;
- в) на урочисті презентації;
- г) всі відповіді вірні.

8. Обов'язкове доповнення до фракa – це:

- а) чорні штани без манжетів;
- б) хустинка в тон краватки;
- в) кишеньковий годинник;
- г) золоті запонки.

9. На думку фахівців, мистецтво вміння одягатися потребує виконання певних правил:

- а) господиня може зустріти гостей у простому домашньому одязі;
- б) необхідно одягатися відповідно до своєї зовнішності;
- в) потрібно завжди одягатися гарно і елегантно;
- г) вірна відповідь відсутня.

10. Головне при підборі одягу ділової жінки – це:

- а) індивідуальність;
- б) вміння використовувати одяг за його призначенням;
- в) не одягати дуже яскраві кольори;
- г) всі відповіді вірні.

Література: основна (1, 3, 5, 7, 12, 17);

додаткова (3, 4, 15, 16)

Нотатки

[illegible]

ТЕМИ РЕФЕРАТІВ

1. Візитні картки та їх використання.
2. Подарунки та сувеніри в діловому житті.
3. Ділові прийоми: організація і проведення.
4. Основні види прийомів (Шведський стіл. Фуршет. Келих вина або келих шампанського. Сніданок. Коктейль. Сніданок. Обід. Вечеря. Чай. Кава.)
5. Неформальні прийоми (“Бранч”. Шашлик (барбекю). Пікнік. “Келих вина із сиром”).
6. Діловий одяг жінок.
7. Діловий одяг чоловіків.
8. Сучасний етикет та правила поведінки.
9. Особливості звернення в діловому житті (вживання титулів і звань; “ви” і “ти”).
10. Правила куріння.
11. Етикет службових взаємин.
12. Етикет мобільних телефонів.
13. Етикет керівника (прийом відвідувачів; організація та проведення нарад).
14. Особливості поведінки в гостях та громадських місцях.
15. Психологічні типи людей, їхня поведінка в діловому спілкуванні та переговорах.
16. Протокольні аспекти проголошення тостів.
17. Особливості спілкування з партнерами європейських країн Великобританії.
18. Особливості спілкування з партнерами Німеччини.
19. Особливості спілкування з партнерами Іспанії.
20. Особливості спілкування з партнерами Італії.
21. Особливості спілкування з партнерами Фінляндії.
22. Особливості спілкування з партнерами Франції.

23. Особливості спілкування з партнерами США.
24. Особливості спілкування з партнерами південної Америки.
25. Особливості спілкування з партнерами країн Австралії.
26. Особливості спілкування з партнерами Арабських країн.
27. Особливості спілкування з партнерами Китаю.
28. Особливості спілкування з партнерами Республіки Кореї.
29. Особливості спілкування з партнерами Індії.
30. Особливості спілкування з партнерами Японії.

ПИТАННЯ ДО ЗАЛІКУ

1. Етика та етикет
2. Етика відповідальності як методологічна основа розвитку етики ділових відносин XXI століття
3. Інституалізація етичних основ діяльності організацій
4. Уміння говорити, слухати, формулювати запитання.
5. Психологічні типи, їх поведінка в діловому спілкуванні та переговорах.
6. Діловий одяг.
7. Підготовка приміщень та зустріч делегації.
8. Діловий етикет
9. Етичні засади сучасного бізнесу
10. Етичні норми в менеджменті
11. Сутність та зміст етики ділових відносин
12. Види етикету
13. Принципи ділового етикету
14. Особливості ділового етикету та протоколу
15. Етика ділових взаємин керівника з підлеглими
16. Етика ділових відносин з клієнтами та партнерами по бізнесу
17. Працевлаштування
18. Національні особливості ділової етики в різних країнах світу
19. Спілкування як самостійна та специфічна форма активної особистості
20. Ділове спілкування та його особливості
21. Способи ділового спілкування
22. Засоби ділового спілкування
23. Індивідуальні ділові бесіди
24. Правила спілкування в електронному просторі
25. Форми колективного обговорення проблем
26. Публічний виступ у діловому спілкуванні
27. Правила сервірування столу
28. Правила користування столовими приборами
29. Особливості бесід телефоном
30. Гендерні засади ділової етики
31. Загальні аспекти підготовка та проведення ділових зустрічей.
32. Організація ділової зустрічі на своїй території
33. Фактори організації переговорів
34. Рекомендації для мовця та слухача
35. Етикет телефонної розмови
36. Етикетні правила щодо користування службовим телефоном
37. Правила етикету для мобільного зв'язку
38. 12 помилок телефонної розмови
39. Візитівки
40. Сувеніри і подарунки в діловій сфері
41. Етикет національних символів
42. Взаєморозуміння у спілкуванні

43. Міжособистісні конфлікти у спілкуванні
44. Конфлікти в організації
45. Імідж як умова ділового успіху
46. Зовнішній вигляд ділової людини
47. Спілкування як самостійна та специфічна форма активної особистості
48. Ділове спілкування та його особливості
49. Загальні вимоги до проведення ділових прийомів
50. Види прийомів
51. Культура організації прийому та поведінки за столом
52. Особливості ведення ділових переговорів з американцями.
53. Особливості ведення ділових переговорів з англійцями.
54. Особливості ведення ділових переговорів з французами.
55. Особливості ведення ділових переговорів з німцями.
56. Особливості ведення ділових переговорів з японцями.
57. Особливості ведення ділових переговорів з італійцями.
58. Особливості ведення ділових переговорів з іспанцями.
59. Особливості ведення ділових переговорів з корейцями.
60. Особливості ведення ділових переговорів з китайцями.

ЛІТЕРАТУРА

Базова

1. Конституція України: □Текст□: офіц. текст : □прийнята на п'ятій сесії Верховної Ради України 28 червня 1996р.]. – Мін-во юстиції України, 2006. –124 с.
1. 2. Лесько, М. Прищак, О.Залюбівська, Г.Рузакова Етика ділових відносин Вінниця : ВНТУ, 2017. – 309 с. ISBN [Електронний ресурс]
2. М. Прищак, О. Залюбівська, О. Слободянюк. Ділове спілкування: Навчальний посібник Вінниця : ВНТУ, 2015. – 128 с [Електронний ресурс]
3. Харченко С., Краснова Н., Харченко Л., Юрків Я. Етика ділового спілкування: навч.-метод. Посіб / С. Харченко, Н. Краснова, Л. Харченко, Я. Юрків – Луганськ, 2012. – 507 с [Електронний ресурс]
- Бабайлов В. К. Етика ділового спілкування менеджера □Текст□: навч. посібник / В.К. Бабайлов, І.А. Дмитрієв; Національний фармацевтичний ун-т. – Х. : Видавництво НФаУ, 2008. – 192с.
- 9.Галушко, В. П. Діловий протокол та ведення переговорів □Текст□: навч. посібник □Текст□/ В.П.Галушко. – [Вінниця]: Нова кн., 2002. – 221 с.
10. Гук О. І. Етика та культура ділового спілкування □Текст□: [навч. посібник]/ О.І. Гук, В.П. Бундз; Національна академія держ. управління при Президентові України; Львівський регіональний ін-т держ. управління, Центрперепідготовки та підвищення кваліфікації працівників органів держ. влади, органів місцевого самоврядування та керівників держ. підприємств, установ й організацій. – Л. : ЛРІДУ НАДУ, 2008. – 122с.
11. Гетьман І. В. Концепція правового спілкування: зміст, витоки, перспективи □Текст□/ І.В. Гетьман; Академія правових наук України, НДІ держ. будівництва та місцевого самоврядування. – Х.: Право, 2007. – 240с.
12. Гуменюк Б.І. Сучасна дипломатична служба □Текст□: навч. посіб. для студ.гуманіт. спец. вищ. навч. закл. / Б.І. Гуменюк, О.В. Щерба. – К.: Либідь, 2001. – 254 с.
13. Дороніна М. С., Доронін А. В. Культура ділового спілкування і партнерства □Текст□: навч. посібник / М.С. Дороніна, А.В. Дороніна; Харківський національний економічний ун-т. – Х. : ХНЕУ, 2008. – 204с.

Допоміжна

1. Германюк Н.В. Формування професійної компетентності фахівців аграрної сфери // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: «Економіка і менеджмент». – 2017. – №27. – С. 128-131
2. Германюк Н.В. Інноваційний розвиток та управління в аграрному секторі України. // Н.В. Германюк // Східна Європа: економіка, бізнес та управління – 2017. - №4(09). – Режим доступу до ресурсу: <http://www.easterneurope-ebm.in.ua/9-2017-ukr>
3. Германюк Н.В. Особистість та авторитет керівника як важливий чинник ефективності управлінської діяльності. // Н.В. Германюк // Економіка. Фінанси. Менеджмент: актуальні питання науки і практики. –

2017. - №5. – С. 61-70

4. Гончарук Т.В. Зарубіжний досвід розвитку підприємницьких структур та можливості його використання в Україні. Електронний ресурс] Ефективна економіка. 2017. № 9.

5.Мазур К. В. Інноваційні технології формування професійної компетентності фахівців з менеджменту / К.В. Мазур // Збірник тез за матеріалами III Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції «Професійна підготовка фахівця в контексті потреб сучасного ринку праці» 27 лютого 2018 року м. Вінниця. - С. 254- 257

6. Пронько Л.М. Вплив корпоративної культури управління на капіталізацію підприємств / Л.М. Пронько, Т. В. Колесник // Електронне наукове видання «Глобальні та національні проблеми економіки». – 2015. – Вип. 3. – С. 388-391

7.Пронько Л.М., Кухар О.В. Теоретичні засади управління кадровою політикою підприємства / Л.М. Пронько // Збірник наукових праць ВНАУ. Серія: Економічні науки, Вінниця. 2013. – Вип. 1 (48). – С. 185-189. (14 ст.).

8. Завадський Й.С. Менеджмент[Текст]: підручник для студ. екон. спец. вищ.навч. закл.: У 2т. Т.2.– К.: Вид-во Європ. ун-ту.–2003.–640с.

9. Зінкевічус В.О. Управління персоналом: особливості застосування принципів менеджменту на державній службі [Текст] / В.О. Зінкевічус, С.К. Фурман, С.К. Хаджирадєва. – Х.: Вид-во ХарРІ НАДУ – Магістр, 2004. – 124с.

10.Максименко В. Ф. Мова професійного спілкування / В.Ф. Максименко. – Х.: Торсінг плюс, 2014. – 512с.

11.Мистецтво спілкування [Текст] / Національна парламентська бібліотека України; О. Лахно (підгот.). – К., 2015. – 55с.

12.Професійна психологія: методологія, методи та практика [Текст]: [зб. наук.праць] / Ж.П. Вірна, Л.В. Засєкіна А.Б. Земба та ін.; Волинський національний ун-т ім. Лесі Українки ; Жанна Петрівна Вірна (заг.ред.). – Луцьк : Вежа, 2016. – 139с.

НАВЧАЛЬНЕ ВИДАННЯ

Пронько Людмила Миколаївна,

ДІЛОВИЙ ПРОТОКОЛ ТА ВЕДЕННЯ ПЕРЕГОВОРІВ

МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ

**по виконанню практичних занять студентами з дисципліни для
підготовки фахівців освітнього ступеня «Магістр»**

Підписано до друку _____. Формат А5 (148,5 x 210 мм).

Умовн.-друк. арк. 3,0

Зам. № _____. Тираж _____.

Віддруковано в обчислювальному центрі
Вінницького національного аграрного університету
21008, м. Вінниця, вул. Сонячна, 3

