

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЦЕНТРАЛЬНОУКРАЇНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ

Економічний факультет
Кафедра економіки, менеджменту та комерційної діяльності

Методичні рекомендації
до вивчення дисципліни
«ЕТИКА ТА КУЛЬТУРА БІЗНЕСУ»

для здобувачів денної/заочної форми навчання
за спеціальностями:
051 – «Економіка»; 073 – «Менеджмент»;
076 – «Підприємництво та торгівля»;
перший (бакалаврський) рівень вищої освіти
освітньо-професійна програма «Економіка»; «Менеджмент»;
«Підприємництво та торгівля»

Затверджено на засіданні кафедри
«Економіка, менеджмент
та комерційна діяльність»,
протокол № 1 від 28.08. 2023 р.

Методичні рекомендації до вивчення дисципліни «ЕТИКА ТА КУЛЬТУРА БІЗНЕСУ» для здобувачів денної/заочної форми навчання за спеціальностями: 051 – «Економіка», 073 – «Менеджмент»; 076 – «Підприємництво та торгівля» перший (бакалаврський) рівень вищої освіти, освітньо-професійна програма «Економіка»; «Менеджмент»; «Підприємництво та торгівля» // [уклад.: Н.С. Пітел, А.О. Доренська, Т.В. Тушевська]; – Кропивницький: ЦНТУ, 2024. – 55 с

Укладач: Пітел Н.С., к.е.н., доцент кафедри економіки, менеджменту та комерційної діяльності
Центральноукраїнського національного технічного університету

В.Т. Тушевська – асистент кафедри «Економіка, менеджмент та комерційна діяльність».

А.О. Доренська – асистент кафедри «Економіка, менеджмент та комерційна діяльність».

Рецензенти: Грінка Т.І., к.е.н., доцент кафедри економіки, менеджменту та комерційної діяльності

Центральноукраїнського національного технічного університету

Липчанський В.О., к.п.н., доцент кафедри економіки, менеджменту та комерційної діяльності
Центральноукраїнського національного технічного університету

© ЦЕНТРАЛЬНОУКРАЇНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ
ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Кафедра економіки, менеджменту та комерційної діяльності.
Електронне видання, 2023

ЗМІСТ

Вступ

1. Мета, предмет і завдання навчальної дисципліни	4
2. Тематичний план дисципліни «Етика та культура бізнесу»	7
3. Зміст програми дисципліни «Етика та культура бізнесу»	8
4. Методичні рекомендації до вивчення тем дисципліни	10
5. Практикум з дисципліни «Етика та культура бізнесу»	18
5.1. Ділові ситуації (кейси) для групових дискусій	18
5.2. Тести для контролю знань	28
6. Індивідуальні завдання	54
7. Критерій оцінювання з дисципліни «Етика та культура бізнесу»	55
8. Список рекомендованих для опрацювання джерел	56

ВСТУП

У контексті жорсткої конкуренції важливість етичних аспектів у сфері бізнесу стає надзвичайно актуальною, оскільки вони визначають імідж підприємця, рівень довіри до його діяльності та мають вагомий вплив на економічний розвиток країни. Моральні принципи стають основою міжсуб'єктних відносин на ринку через встановлення бізнес-зв'язків, проведення переговорів, управлінську діяльність та комунікації, а також через формування загальнолюдських цінностей та практик взаємодії. Це призводить до розширення масштабів підприємництва та торгівлі, а також значного розширення їхньої функціональної сфери, що потребує від фахівців нових підходів та знань.

В умовах ринкової економіки етика бізнесу стає необхідним фактором для успішного розвитку підприємницьких відносин. Для ефективного функціонування підприємства необхідно вміло налагоджувати відносини з партнерами, керівниками інших компаній, мотивувати персонал та розвивати здорові міжособисті взаємини. Володіння правилами мовного етикету та дотримання етичних стандартів у ділових відносинах є важливими компетенціями.

Дисципліна «Етика та культура бізнесу» забезпечує здобувачів необхідними знаннями для вирішення етичних питань у сфері підприємництва, сприяючи формуванню сучасного уявлення та глибокого розуміння значення цивілізованих бізнес-відносин на внутрішньому ринку та авторитету національного підприємця в очах міжнародних партнерів.

Методичні рекомендації до вивчення дисципліни мають забезпечити формування знань, вмінь і здатностей майбутніх фахівців щодо сучасних концепцій етики бізнесу, а також аспектів практичного використання даних концепцій в процесі управління персоналом та підприємством в цілому з метою побудови ефективно та етичної взаємодії керівників підприємств та організацій, окремих працівників, бізнесу, держави, та суспільства в цілому.

Освітня компонента «Етика та культура бізнесу» забезпечує інтеграцію теоретичних знань щодо основних підходів до вивчення етики та їх можливого використання в стратегії компанії, разом із практичними навичками з інтеграції інструментів етики в управлінські процеси. Ця методологічна дисципліна спирається на матеріали інших економічних та психологічних предметів і систематизує знання, набуті здобувачами, зокрема, відносно психологічних аспектів людської поведінки.

Для розвитку у здобувачів вищої освіти навичок узагальнення опрацьованих матеріалів, виявлення наявних резервів для поліпшення роботи та прийняття рішень в умовах практичної діяльності, під час проведення занять за кредитним модулем передбачаються різноманітні методи навчання. Ці методи включають лекції з

проблемним підходом, семінарські заняття з активними дискусіями, розв'язання завдань ситуаційного характеру, проведення ділових ігор та інші практичні вправи. Зокрема, пропонується написання есе з курсу «Етика та культура бізнесу», що сприяє розвитку їх навичок самостійного дослідження.

Крім того, з метою розуміння викладеного матеріалу та систематизації засвоєних знань, в методичних вказівках після кожної теми надаються питання для самоперевірки. Після завершення вивчення всіх тем курсу рекомендується скласти підсумковий тест для перевірки рівня засвоєних знань.

1. МЕТА, ЗМІСТ І ЗАВДАННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Метою навчальної дисципліни «Етика та культура бізнесу» є формування у здобувачів вищої освіти цілісних уявлень про сучасні концепції етики бізнесу та культури бізнесу, прикладної етики, корпоративної соціальної відповідальності, а також аспектами практичного застосування цих концепцій в процесі управління компанією з метою побудови ефективної й етичної взаємодії бізнесу та суспільства.

Завдання вивчення дисципліни «Етика та культура бізнесу» полягають у теоретичній підготовці здобувачів, формування у них навичок аналізу проблем в галузі професійної діяльності та прийнятті рішень на основі етичних норм, оволодінні принципами, нормами та механізмами формування корпоративної етики, сприянні розвитку творчого підходу до використання отриманих знань, умінь і навичок у професійної діяльності та формуванні умінь використовувати норми етикету в ділових колах тощо.

Передумови для вивчення дисципліни (структурно-логічна схема підготовки фахівця): Враховуючи послідовність накопичення знань та інформації, дисципліна потребує знань та вмінь, отриманих після опанування курсів «Українські студії», «Основи підприємництва», Тренінг "Основи академічного письма, доброчесності та цифрових технологій в освітньому процесі".

У результаті вивчення навчальної дисципліни здобувач вищої освіти повинен отримати

інтегральну компетентність:

ІК. Здатність розв'язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми, які характеризуються комплексністю і невизначеністю умов, у сфері менеджменту або у процесі навчання, що передбачає застосування теорій та методів соціальних та поведінкових наук

загальні компетентності:

ЗК 2. Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності та примножувати досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про

природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя.

ЗК 13. Цінування та повага різноманітності та мультикультурності.

спеціальні компетентності:

СК 6. Здатність діяти соціально відповідально і свідомо.

СК 14. Розуміти принципи психології та використовувати їх у професійній діяльності.

СК 15. Здатність формувати та демонструвати лідерські якості та поведінкові навички.

програмні результати навчання:

ПРН 2. Зберігати моральні, культурні, наукові цінності та примножувати досягнення суспільства, використовувати різні види та форми рухової активності для ведення здорового способу життя.

ПРН 15. Демонструвати здатність діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних міркувань (мотивів), повагу до різноманітності та міжкультурності.

2. ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН ДИСЦИПЛІНИ «ЕТИКА ТА КУЛЬТУРА БІЗНЕСУ»

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин						Кількість годин					
	денна форма						заочна форма					
	усього	у тому числі					усього	у тому числі				
		л	п	лаб.	інд.	с. р.		л	п	лаб.	інд.	с. р.
1	2	3	4	5	6	7		3	4	5	6	7
Тема 1. Етика та культура бізнесу як навчальна дисципліна	10	2	2			6	12	2				10
Тема 2. Організація впровадження етики бізнесу	10	2				8	12					12
Тема 3. Бізнес-культура	10	2	2			6	10					10
Тема 4. Корпоративна культура організацій	10	2	2			6	10					10
Тема 5. Етичні проблеми організаційної культури підприємства	8	2				6	10					10
Тема 6. Етика відносин фірми і найманого працівника	8	2				6	8					8
Тема 7. Етичні норми ділового спілкування	12	4	2			6	8					8
Тема 8. Імідж фірми та ділова атрибутика підприємства	10	2	2			6	10					10
Тема 9. Діловий етикет як основа поведінки у бізнес-середовищі	10	2	2			6	10	2				8
Тема 10. Етика і соціальна відповідальність бізнесу	12	4	2			6	10		2			8
Тема 11. Етика бізнесу на макрорівні	10	2				8	12					12
Тема 12. Національні особливості етики бізнесу	10	2				8	8					8
УСЬОГО ГОДИН	120	28	14			78	120	4	2			114

3. ЗМІСТ ПРОГРАМИ ДИСЦИПЛІНИ «ЕТИКА ТА КУЛЬТУРА БІЗНЕСУ»

Тема 1. Етика та культура бізнесу як навчальна дисципліна

План

- 1.1. Предмет і завдання курсу «Етика бізнесу та культура бізнесу»
- 1.2. Поняття «етика», «мораль», структура та функції моралі
- 1.3. Сучасні погляди на місце етики в бізнесі
- 1.4. Стимулювання етичної поведінки

Тема 2. Організація впровадження етики бізнесу

План

- 2.1. Особливості запровадження положень етики бізнесу
- 2.2. Етичні кодекси, карти етики
- 2.3. Навчання та контроль
- 2.4. Експертиза бізнесу
- 2.5. Комітети, соціальні ревізії, етичний консалтинг

Тема 3. Бізнес-культура

План

- 3.1. Походження та поняття бізнес-культури
- 3.2. Функції бізнес-культури
- 3.3. Формування культури підприємства
- 3.4. Елементи культури підприємницької діяльності
- 3.5. Концептуальні основи формування методів управління підприємництвом

Тема 4. Корпоративна культура організацій

План

- 4.1. Корпоративна культура, її суть та функції
- 4.2. Рівні корпоративної культури
- 4.3. Типологія корпоративної культури
- 4.4. Корпоративна репутація та корпоративний імідж
- 4.5. Основні компоненти корпоративної культури

Тема 5. Етичні проблеми організаційної культури підприємства

План

- 5.1. Етичні норми, стандарти та цінності підприємства
- 5.2. Моральні проблеми вертикалі організаційної культури
- 5.3. Моральні проблеми горизонталі організаційної культури
- 5.4. Основні види етичних порушень у сучасному бізнесі

Тема 6. Етика відносин фірми і найманого працівника

План

- 6.1. Мораль у структурі відносин «фірма-найманий працівник»
- 6.2. Найм на роботу
- 6.3. Звільнення з роботи
- 6.4. Етико-психологічні основи взаємин керівника і підлеглих
- 6.5. Гендерні засади ділових відносин в організації
- 6.6. Особливості взаємин з колегами, клієнтами та партнерами

Тема 7. Етичні норми ділового спілкування

План

- 7.1. Культура ділового спілкування – важлива умова професіоналізму бізнесмена
- 7.2. Техніка ефективного спілкування
- 7.3. Бар'єри спілкування та шляхи їх подолання
- 7.4. Мовне спілкування як показник рівня культури співрозмовників
- 7.5. Елементи мовного етикету в діловому листуванні

Тема 8. Імідж фірми та ділова атрибутика підприємства

План

- 8.1. Поняття «імідж», «репутація», «гудвіл»
- 8.2. Корпоративний імідж: складові, способи формування та корекції
- 8.3. Імідж керівника
- 8.4. Корпоративна атрибутика
- 8.5. Діловий одяг
- 8.6. Способи самопрезентації фірми

Тема 9. Діловий етикет як основа поведінки у бізнес-середовищі

План

- 9.1. Історичні етапи становлення етикету як соціокультурного явища
- 9.2. Бізнес-етикет: його сутність та правила
- 9.3. Основні види етикету
- 9.4. Цифровий етикет спілкування
- 9.5. Особливості міжнародного бізнес-етикету

Тема 10. Етика і соціальна відповідальність бізнесу

План

- 10.1. Соціальна відповідальність як складова сучасної моделі бізнесу
- 10.2. Еволюція концепції соціальної відповідальності бізнесу
- 10.3. Соціальна відповідальність як елемент корпоративної репутації
- 10.4. Етичний кодекс бізнесу. Види і функції етичних кодексів
- 10.5. Заходи щодо забезпечення етичної поведінки

Тема 11. Етика бізнесу на макрорівні

План

- 11.1. Особливості макроетики в Україні
- 11.2. «Горизонтальна» і «вертикальна» етика бізнесу на макрорівні
- 11.3. Етичні методи конкуренції
- 11.4. Етика реклами

Тема 12. Національні особливості етики бізнесу

План

- 12.1. Бізнес-етика макро- та мікро- рівнів. Фактори, що впливають на спільне ведення бізнесу
- 12.2. Специфіка етики ділового спілкування в Європі
- 12.3. Особливості етики бізнесу в Північній Америці
- 12.4. Національний бізнес-етикет в азійських державах

4. МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ДО ВИВЧЕННЯ ТЕМ ДИСЦИПЛІНИ

Тема 1. Етика та культура бізнесу як навчальна дисципліна

Предмет і завдання курсу «Етика бізнесу та культура бізнесу». Поняття «етика», «мораль», структура та функції моралі. Сучасні погляди на місце етики в бізнесі. Стимулювання етичної поведінки.

Основні поняття: етика, мораль, моральність, етика бізнесу, моральні норми, моральні відносини, моральна свідомість, моральна діяльність, моральна регуляція підприємницької діяльності, функції моралі, економічна етика

Питання для самоконтролю:

1. Що є об'єктом і предметом навчальної дисципліни «Етика та культура бізнесу»?
2. Поясніть мету та завдання дисципліни «Етика та культура бізнесу».
3. Назвіть етапи становлення етики бізнесу як наукової проблеми.
4. Що таке етика та чому вона важлива для сучасного бізнесу?
5. Які є основні принципи етики, які можна застосовувати в бізнес-середовищі?
6. Як етика відрізняється від закону та як вони пов'язані між собою?
7. Які є етичні аспекти прийняття рішень в бізнесі?
8. Які є етичні виклики та можливості в глобальному бізнесі та міжнародних відносинах?
9. Наведіть приклади стимулювання етичної поведінки у різних країнах світу
10. Дайте характеристику моральним відносинам

Тема 2. Організація впровадження етики бізнесу

Особливості запровадження положень етики бізнесу. Етичні кодекси, карти етики. Навчання та контроль. Експертиза бізнесу. Комітети, соціальні ревізії, етичний консалтинг.

Основні поняття: етичні кодекси, карти етики, комітети з етики, соціальні ревізії, етична експертиза, етичне консультування, етичний консалтинг, експертиза бізнесу

Питання для самоконтролю:

1. Визначте необхідність проведення етичного контролю на фірмах та в яких випадках і формах доречно його запровадження?
2. Назвіть проведення етичного контролю на фірмах.
3. В яких випадках проводиться етична експертиза і що виступає її результатом?
4. В чому полягає мета етичної експертизи бізнесу та на які групи поділяється етична експертизи бізнесу?
5. Які стандартні операційні процедури притаманні етичній експертизі бізнесу?
6. Які функції притаманні комітету з етики?
7. З якою метою проводяться соціальні ревізії і в чому полягає їх результат?
8. Обґрунтуйте доречність етичного консалтингу.
9. Що таке карта етики та в яких випадках її розробляють?
10. Що таке етичний кодекс та яка мета його створення?

Тема 3. Бізнес-культура

Походження та поняття бізнес-культури. Функції бізнес-культури. Формування культури підприємства. Елементи культури підприємницької діяльності. Концептуальні основи формування методів управління підприємництвом.

Основні поняття: бізнес-культура, організаційні цінності, культурний клімат, етичне лідерство, стратегія культурного управління, корпоративна ідентичність

Питання для самоконтролю:

1. Що таке бізнес-культура і як вона формується в організаціях?
2. Яке значення має бізнес-культура для успішної діяльності підприємства?
3. Які складові впливають на формування бізнес-культури в організації?
4. Як бізнес-культура впливає на мотивацію та залучення працівників?
5. Як організації можуть змінити або поліпшити свою бізнес-культуру?

6. Які елементи культури підприємницької діяльності Вам відомі?

7. Як бізнес-культура впливає на прийняття рішень та вирішення конфліктів в організації?

8. Яким чином бізнес-культура сприяє створенню інновацій та підвищенню конкурентоспроможності підприємства?

9. Які виклики можуть виникнути при збереженні або зміні бізнес-культури в організації?

10. Як оцінюються ефективність та результати стратегій управління бізнес-культурою?

Тема 4. Корпоративна культура організацій

Корпоративна культура, її суть та функції. Рівні корпоративної культури. Типологія корпоративної культури. Корпоративна репутація та корпоративний імідж. Основні компоненти корпоративної культури.

Основні поняття: бізнес-процес, бізнес-ціль, відданість, дисципліна, домінуюча культура, корпоративна культура, організація, особистість, потреби, професіоналізм, реструктуризація, рольова культура, саморозвиток, стимулювання, субкультури, цілеспрямованість.

Питання для самоконтролю:

1. Охарактеризуйте сутність поняття корпоративної культури
2. Назвіть типи організаційних (корпоративних) культур
3. Охарактеризуйте типи організаційних культур за С.Хенді
4. Охарактеризуйте типи організаційних культур за Камерон і Куинном
5. Вкажіть на що орієнтована корпоративна культура
6. Вкажіть хто є носіями корпоративної культури
7. Вказати які характеристики містить у собі корпоративна культура
8. Охарактеризувати процес формування корпоративної культури
9. Визначити коло факторів, за яким визначаються форма і зміст цінностей бізнесу
10. Перелічити компоненти корпоративної культури

Тема 5. Етичні проблеми організаційної культури підприємства

Етичні норми, стандарти та цінності підприємства. Моральні проблеми вертикалі організаційної культури. Моральні проблеми горизонталі організаційної культури. Основні види етичних порушень у сучасному бізнесі.

Основні поняття: організаційна й етична культура організації; організаційні й етичні стандарти; етичні норми правила й цінності організації; борг й етична відповідальність організації; етичні порушення (непотизм, хабарництво та корупція, примус, обман, злодійство, несправедлива дискримінація).

Питання для самоконтролю:

1. З яких складових частин складається етична відповідальність особистості?
2. Які етичні норми й правила діють на стадії створення організації й підбора місії для неї?
3. Хабарництво і корупція як етичні проблеми: характеристика явища та його наслідків.
4. Примус як різновид етичних порушень.
5. Обман і злодійство, їх соціальні та економічні наслідки.
6. Сформулюйте, які міри покарання для організацій, що порушують етичні вимоги Ви могли б запропонувати.
7. У чому полягає конфлікт інтересів між роботодавцем і працівником?
8. Назвіть можливі етичні проблеми щодо просування по службі.
9. Назвіть основні види етичних порушень у сучасному бізнесі
10. Вкажіть основні етичні проблеми відносно найманого працівника.

Тема 6. Етика відносин фірми і найманого працівника

Мораль у структурі відносин «фірма-найманий працівник». Найм на роботу. Звільнення з роботи. Етико-психологічні основи взаємин керівника і підлеглих. Гендерні засади ділових відносин в організації. Особливості взаємин з колегами, клієнтами та партнерами.

Основні поняття: наймання персоналу, посадова інструкція, мораль, професіограма, резюме, співбесіда, справедлива оплата праці, дискримінація при наймі на роботу, звільнення з роботи, трудове законодавство, стратегії поведінки і спілкування, форми спілкування, трудові конфлікти, гендерні стереотипи

Питання для самоконтролю:

1. Вкажіть, які суперечності та конфлікти можуть виникати у структурі відносин «фірма – найманий працівник»?
2. Назвіть обов'язки обох сторін (роботодавця та претендента на робоче місце) під час процедури найму на роботу.
3. Дайте визначення поняття «колектив», його основні ознаки.
4. Які дані має містити резюме, назвіть його види.
5. Що таке професіограма?

6. Які моральні аспекти таїть у собі проблема просування по службі?
7. Наведіть приклади проявів дискримінації у сфері зайнятості.
8. Чи існує «етика вигідних зв'язків»?
9. Якими Ви бачите взаємини фірми з клієнтами та партнерами?
10. Що таке відносини «по горизонталі» та «по вертикалі»?

Тема 7. Етичні норми ділового спілкування

Культура ділового спілкування – важлива умова професіоналізму бізнесмена. Техніка ефективного спілкування. Бар'єри спілкування та шляхи їх подолання. Мовне спілкування як показник рівня культури співрозмовників. Елементи мовного етикету в діловому листуванні.

Основні поняття: ділове спілкування, культура мовлення, психологія спілкування, засоби спілкування, функції спілкування, вербальне та невербальне спілкування, мова, жести, міміка, інтонація, пауза, манери, дистанція у спілкуванні, ідентифікація, рефлексія, бар'єри спілкування

Питання для самоконтролю:

1. Поясніть чому спілкування називають соціальним феноменом.
2. Назвіть функції спілкування.
3. У чому проявляється культура ділового спілкування.
4. Назвіть різновиди ділового спілкування.
5. Які перепони (бар'єри) можуть виникнути у ході спілкування?
6. Назвіть основні канали невербальної комунікації.
7. Наведіть приклади кінесичної структури невербальної комунікації.
8. Перелічіть основні вимоги щодо підготовки публічного виступу.
9. Як подолати страх публічного виступу?
10. Які наявні елементи мовного етикету в діловому листуванні?

Тема 8. Імідж фірми та ділова атрибутика підприємства

Поняття «імідж», «репутація», «гудвіл». Корпоративний імідж: складові, способи формування та корекції. Імідж керівника. Корпоративна атрибутика. Діловий одяг. Способи самопрезентації фірми.

Основні поняття: імідж, репутація, гудвіл, корпоративний імідж, іміджмейкери, корпоративна культура, ділова атрибутика, візитна картка, етикет обміну візитками, прес-реліз, нарис, брифінг, дебати, торгова марка, бренд, логотип, портфоліо, саундтрек, лейбл.

Питання для самоконтролю:

1. Що включає поняття “імідж”?
2. У чому полягає суть іміджу організації?
3. Назвіть складові формування іміджу підприємства (фірми).
4. Хто такі іміджмейкери? Якими етичними нормами вони повинні керуватися?
5. Охарактеризуйте зовнішні та внутрішні чинники іміджу ділової людини.
6. Як впливає зовнішній вигляд на імідж ділової людини?
7. З чого складається ділова атрибутика підприємства?
8. Який вигляд повинна мати корпоративна візитна картка?
9. Прокоментуйте поняття «етична рекламна діяльність»?
10. Назвіть способи самопрезентації фірми.

Тема 9. Діловий етикет як основа поведінки у бізнес-середовищі

Історичні етапи становлення етикету як соціокультурного явища. Бізнес-етикет: його сутність та правила. Основні види етикету. Цифровий етикет спілкування. Особливості міжнародного бізнес-етикету.

Основні поняття: етикет, бізнес-етикет, дипломатичний етикет, діловий протокол, загальнолюдський етикет, монарший етикет, військовий етикет, міжнародний етикет, візитна картка

Питання для самоконтролю:

1. Що ви знаєте про історію виникнення етикету?
2. Чим відрізняється етикет країн Заходу і Сходу? Наведіть приклади.
3. Як ви розумієте античний термін «калокагатія»?
4. Чи існують правила міжнародного бізнес-етикету?
5. Які країни вважаються «класичними країнами етикету»?
6. Що таке протокол?
7. Чи існують етикетні вимоги до працівників бізнес-сфери?
8. Наведіть приклади з історії етикету.
9. Перелічіть основні вимоги етикету телефонної розмови.
10. Які особливості міжнародного бізнес-етикету Вам відомі?

Тема 10. Етика і соціальна відповідальність бізнесу

Соціальна відповідальність як складова сучасної моделі бізнесу. Еволюція концепції соціальної відповідальності бізнесу. Соціальна відповідальність як елемент корпоративної репутації. Етичний кодекс бізнесу. Види і функції етичних кодексів. Заходи щодо забезпечення етичної поведінки.

Основні поняття: соціальна відповідальність, соціальна відповідальність бізнесу, корпоративні кодекси, корпоративна репутація, корпоративна соціальна добросовісність, корпоративне громадянство, професійні кодекси.

Питання для самоконтролю:

1. Дайте визначення поняття «соціальна відповідальність бізнесу»?
2. Продемонструйте еволюцію розуміння соціальної відповідальності бізнесу, спираючись на концепції вчених.
3. Назвіть рівні соціальних і моральних зобов'язань підприємства.
4. З яких частин складаються корпоративні кодекси?
5. Назвіть функції корпоративних кодексів в організації.
6. В яких країнах були започатковані корпоративні кодекси?
7. Перелічіть складові частини корпоративних кодексів, продемонструйте їх на прикладі окремого підприємства.
8. Наведіть приклади соціально відповідальної поведінки на рівні країни, підприємства, керівника
9. Охарактеризуйте рівні соціальних і моральних зобов'язань.
10. Дайте характеристику концепціям СВБ.

Тема 11. Етика бізнесу на макрорівні

Особливості макроетики в Україні. «Горизонтальна» і «вертикальна» етика бізнесу на макрорівні. Етичні методи конкуренції. Етика реклами

Основні поняття: управлінська етика, мікроетика бізнесу, норми управління, корпоративна етика, спілкування, етична свідомість фірми, етика товару, етика сервісу

Питання для самоконтролю:

1. Що таке мікроетика бізнесу? В яких випадках доречно її застосування?
2. Які рівні виділяють в системі моральних відносин між суб'єктами ведення підприємницької діяльності? В чому полягають їх відмінні риси?
3. Обґрунтуйте існуючі типи організацій, які виділяють в залежності від норм управління.
4. Що таке корпоративна етика? І чи відрізняється вона від мікроетики бізнесу?
5. Які складові етики бізнесу на мікрорівні доцільно виділити?
6. Доведіть необхідність загальноприйнятих етичних принципів в бізнесі на конкретних прикладах.

7. Які існують ділові листи? Обґрунтуйте етичні правила складання цих листів.
8. Назвіть відмінності між складанням ділових міжнародних листів.
9. Яким чином формується етика поведінки на фірмі?
10. Що таке етика сервісу? В яких видах діяльності вона має місце?

Тема 12. Національні особливості етики бізнесу

Бізнес-етика макро- та мікро- рівнів. Фактори, що впливають на спільне ведення бізнесу. Специфіка етики ділового спілкування в Європі. Особливості етики бізнесу в Північній Америці. Національний бізнес-етикет в азійських державах.

Основні поняття: глобальна етика, національний характер, менталітет, ментальна несумісність, стереотип поведінки, етнопсихологія, етика ділового спілкування, етикет, протокол

Питання для самоконтролю:

1. Назвіть фактори, що впливають на спільне ведення бізнесу.
2. Поміркуйте, чи існують механізми переходу до етичного бізнесу?
3. Дайте пояснення термінів «національний характер», «менталітет», «етнопсихологія».
4. Що є предметом вивчення науки етнопсихології?
5. У чому проявляється специфіка етики ділового спілкування в Європі?
6. Поміркуйте, яким чином риси національного характеру українців впливають на поведінку у бізнес-середовищі.
7. Порівняйте етику ведення бізнесу у країнах заходу та сходу.
8. Вкажіть на особливості етики бізнесу і ділового етикету японців.
9. Назвіть чинники, які вплинули на формування менталітету китайців, у чому це проявляється сьогодні?
10. Які Ви знаєте правила міжнародного ділового етикету?

5. ПРАКТИКУМ З ДИСЦИПЛІНИ «ЕТИКА ТА КУЛЬТУРА БІЗНЕСУ»

5.1 ДІЛОВІ СИТУАЦІЇ (КЕЙСИ) ДЛЯ ГРУПОВИХ ДИСКУСІЙ

Ситуаційне завдання 1. Наведіть приклади рейтингів, що розкривають характер взаємодій бізнесу, влади і суспільства в рамках КСВ.

Зважаючи на характер взаємодій бізнесу, влади і суспільства в рамках КСВ, де кожна сторона має важливий внесок у сталість розвитку, існує кілька рейтингів, які відображають ці взаємовідносини:

1. Рейтинг «World's Most Ethical Companies» від Ethisphere Institute: Цей рейтинг визначає компанії, що демонструють високі стандарти етики, включаючи корпоративну соціальну відповідальність. Компанії, які включаються до цього списку, мають позитивний вплив на суспільство та демонструють зобов'язання до етичного бізнесу.

2. Рейтинг «Global CSR RepTrak» від Reputation Institute: Цей рейтинг визначає компанії з найкращими репутаціями у сфері корпоративної соціальної відповідальності. Він враховує сприйняття компанії суспільством, урядом та іншими зацікавленими сторонами щодо її КСВ зусиль.

3. Рейтинг «Good Company Ranking» від Forbes Japan: Цей рейтинг оцінює компанії за їхніми соціальними і екологічними ініціативами, а також за їхню відкритість і взаємодію з урядом і суспільством.

4. Рейтинг «SDG2000» від Sustainalytics: Цей рейтинг оцінює найбільші світові компанії за їхніми зусиллями у виконанні Цілей сталого розвитку ООН (Sustainable Development Goals - SDGs). Він відображає, наскільки компанії внесли свій внесок у досягнення цих глобальних цілей через свою діяльність та ініціативи КСВ.

Ці рейтинги відображають різноманітні аспекти взаємодії бізнесу, влади і суспільства в рамках КСВ, і надають можливість порівняти рівень зусиль та досягнень компаній у цій сфері.

Ситуаційне завдання 2. На прикладі будь-якого проекту покажіть показники, які можна розглядати як параметри соціальної відповідальності держави перед суспільством, або фірми перед робітниками (клієнтами), або підприємця перед співробітниками.

Давайте розглянемо проект будівництва енергоефективного житлового комплексу, де ми можемо виділити показники соціальної відповідальності для держави, фірми та підприємця.

1. Держава перед суспільством:

- **Забезпечення доступного житла:** Держава може визначити кількість соціального житла, яке повинно бути включене в будівництво

комплексу, щоб забезпечити доступні умови проживання для малозабезпечених громадян.

- **Екологічні стандарти будівництва:** Уряд може встановити вимоги до енергоефективності будівель, що зменшить викиди парникових газів та сприятиме збереженню ресурсів.
- **Соціальні програми для місцевого населення:** Держава може вимагати від підприємців реалізувати соціальні програми в місцевих громадах, такі як надання стипендій для місцевих школярів або підтримка місцевих благодійних організацій.

2. Фірма перед робітниками (клієнтами):

- **Безпека та умови праці:** Фірма повинна забезпечити безпечні умови праці для своїх робітників на будівельному майданчику та дотримуватися всіх норм охорони праці.
- **Якість житла:** Фірма повинна гарантувати високу якість будинків, які будуються, забезпечуючи належний рівень комфорту та безпеки для майбутніх мешканців.
- **Транспарентність та взаємодія з клієнтами:** Фірма повинна забезпечити відкритість та взаємодію з майбутніми мешканцями, надавши їм всю необхідну інформацію щодо процесу будівництва та гарантійних обов'язків.

3. Підприємець перед співробітниками:

- **Відшкодування та соціальні пакети:** Підприємець повинен забезпечити своїх співробітників справедливою оплатою праці та доступом до соціальних пакетів, включаючи медичне страхування та пенсійні виплати.
- **Професійний розвиток:** Підприємець може надавати можливості для професійного зростання та навчання своїм співробітникам, що сприяє підвищенню їхньої кваліфікації та кар'єрному зростанню.
- **Залучення до управління:** Підприємець може залучати своїх співробітників до процесу управління та прийняття рішень, створюючи атмосферу довіри та співпраці на робочому місці.

Ці параметри демонструють, як держава, фірма та підприємець можуть проявляти соціальну відповідальність перед різними зацікавленими сторонами у рамках проекту будівництва.

Ситуаційне завдання 3. Розробіть карти етики для наступних учасників інноваційного процесу: підприємця, менеджера, робітника.

Карти етики є інструментом, що допомагає визначити основні принципи та цінності, які керують діяльністю кожного учасника інноваційного процесу. Ось карти етики для підприємця, менеджера та робітника:

1. Карта етики для підприємця:

- **Інновації та створення цінності:** Забезпечення, щоб інновації приносили значну користь суспільству та сприяли створенню цінності для клієнтів.
- **Етичне лідерство:** Дотримання високих стандартів етики та ведення бізнесу, що відповідає всім законам та правилам.
- **Соціальна відповідальність:** Підтримка екологічних та соціальних ініціатив, вирішення проблем суспільства та захист прав споживачів.

2. Карта етики для менеджера:

- **Інтегритет та прозорість:** Забезпечення високого рівня інтегритету та прозорості в управлінні командою, взаємодії з партнерами та вирішенні проблем.
- **Справедливість та рівні можливості:** Забезпечення справедливого та рівного ставлення до всіх членів команди, незалежно від статусу чи посади.
- **Розвиток та підтримка співробітників:** Стимулювання професійного та особистісного розвитку співробітників, підтримка їхнього добробуту та здоров'я.

3. Карта етики для робітника:

- **Професійна чесність та відданість:** Виконання своїх обов'язків чесно та відповідально, дотримання внутрішніх правил та стандартів компанії.
- **Співпраця та колективізм:** Активна участь у спільних проектах та співпраця з колегами для досягнення загальних цілей.
- **Постійне самовдосконалення:** Стремління до постійного вдосконалення своєї професійної та особистісної компетенції, навчання новим технологіям та методам роботи.

Ці карти етики допомагають учасникам інноваційного процесу розуміти їхні обов'язки та відповідальність перед суспільством, командою та самими собою, сприяючи побудові довірчих відносин та досягненню успіху на основі високих етичних стандартів.

Ситуаційне завдання 4. Наведіть приклади неефективної дії кодексів етики та етичних програм в різних країнах і вкажіть причини.

Одним із прикладів неефективної дії кодексів етики та етичних програм може бути ситуація, коли компанія встановлює кодекс чи програму, але не забезпечує їїнього належного впровадження чи виконання. Наведемо декілька прикладів неефективної дії кодексів етики та етичних програм у різних країнах та їх причини:

- 1. Порушення етичних норм через корупцію в Китаї:**
 - **Причина:** У Китаї корупція може бути широко поширеною через нечітке або неефективне регулювання, недостатній нагляд або культурні особливості, що сприяють податковим ухилянням та хабарництву.
 - **Приклад:** Компанії, незважаючи на існуючі кодекси етики, можуть заохочувати своїх працівників до податкових ухилянь чи неправомірного отримання вигод для полегшення ділових угод.
- 2. Використання дитячої праці в текстильній промисловості у Бангладеш:**
 - **Причина:** В Бангладеш використання дитячої праці може бути поширеним через відсутність строгих правових норм та ефективного нагляду, низьку соціально-економічну розвиненість та недостатню освіту.
 - **Приклад:** Деякі текстильні компанії, незважаючи на свої кодекси етики, можуть здійснювати замовлення у фабрик, де використовується дитяча праця, через бажання зниження витрат та підвищення прибутку.
- 3. Порушення екологічних стандартів в Нігерії в нафтовій промисловості:**
 - **Причина:** В Нігерії може відбуватися порушення екологічних стандартів через недостатню регуляторну контроль, корупцію та відсутність відповідальності з боку компаній.
 - **Приклад:** Нафтові компанії можуть порушувати екологічні стандарти, виливаючи нафтопродукти у річки та руйнуючи навколишнє середовище, незважаючи на свої кодекси етики та екологічні програми.
- 4. Дискримінація на основі расової чи гендерної належності у США:**
 - **Причина:** Незважаючи на існуючі закони про рівні можливості, дискримінація може залишатися проблемою у бізнесі через попередні упередження, культурні чинники або недостатню свідомість.
 - **Приклад:** Деякі компанії у США можуть не ефективно впроваджувати свої програми диверсифікації та наймати працівників на основі расових або гендерних упереджень, що протирічить їх кодексам етики та політиці рівних можливостей.

Усі ці приклади показують, що навіть у тих випадках, коли компанії мають кодекси етики та етичні програми, їх ефективність може бути обмеженою через різноманітні причини, включаючи недостатність контролю, корупцію, культурні особливості та інші фактори.

Ситуаційне завдання 5. Використовуючи методика розпізнавання труднощів в організації взаємодії «бізнес – влада – суспільство» , виконайте діагностику труднощів розвитку на конкретному підприємстві зі сфери малого бізнесу в Україні.

Для конкретного прикладу розглянемо маленьку кав'ярню, що знаходиться в місті Києві. Вона має назву "Кавове задоволення". Давайте розглянемо можливі труднощі розвитку цього підприємства з точки зору взаємодії з бізнесом, владою та суспільством:

1. Труднощі взаємодії з владою:

- **Отримання дозволів та ліцензій:** Кав'ярні можуть знадобитися різні дозволи та ліцензії від місцевих органів влади, таких як дозвіл на роботу з їжею та напоями, охорону здоров'я, пожежну безпеку тощо. Труднощі можуть виникати з отриманням цих дозволів через бюрократичні процедури або неясні вимоги.
- **Податкові питання:** Кав'ярня повинна дотримуватися податкового законодавства, але складність оподаткування та вимоги до звітності можуть викликати труднощі взаємодії з податковими органами.

2. Труднощі взаємодії з бізнесом:

- **Конкуренція на ринку:** У місті Києві багато кав'ярень, тому "Кавове задоволення" стикається зі значною конкуренцією. Це може вплинути на прибутковість та здатність привертати клієнтів.
- **Доступ до постачальників:** Забезпечення якісної кави та інших продуктів може бути ускладненим через складні умови співпраці з постачальниками або високі ціни на сировину.

3. Труднощі взаємодії з суспільством:

- **Питання стосовно якості та обслуговування:** Незадовільна якість продукції чи обслуговування може призвести до негативного відгуку споживачів у соціальних мережах або на рейтингових сайтах, що може негативно позначитися на репутації кав'ярні.
- **Вплив на місцеву спільноту:** Кав'ярня може брати участь у різних ініціативах для підтримки місцевої спільноти, таких як благодійність, заходи спільно з місцевими організаціями тощо. Однак неефективність таких заходів може викликати негативну реакцію громадськості.

Ці труднощі можуть бути вирішені шляхом ретельного аналізу, розробки стратегій та співпраці з відповідними стейкхолдерами, такими як органи влади, інші бізнеси та спільнота.

Ситуаційне завдання 6. Запропонуйте етичні принципи, які можуть бути покладені в основу розвитку міжнародних відносин для певної компанії.

Для конкретного прикладу компанії розглянемо міжнародну технологічну компанію "TechSolutions", яка спеціалізується на розробці програмного забезпечення та інноваційних технологій. Ось як ця компанія може покласти в основу своєї діяльності етичні принципи у міжнародних відносинах:

1. Заслужувати довіру та повагу:

- "TechSolutions" зобов'язана дотримуватися всіх законів та правил в усіх країнах, де вона працює, і уникати будь-яких форм корупції чи шахрайства.
- Компанія повинна забезпечити безпеку та конфіденційність персональних даних своїх клієнтів і користувачів у всіх країнах, де вони мають присутність.

2. Співпраця та взаємодопомога:

- "TechSolutions" має розвивати програми співпраці з місцевими технологічними стартапами та малими підприємствами в країнах, де вона працює, для сприяння їхньому розвитку.
- Компанія може надавати безкоштовні навчальні ресурси та тренінги для молоді та студентів у сфері інформаційних технологій.

3. Соціальна відповідальність:

- "TechSolutions" повинна дотримуватися принципів соціальної відповідальності, включаючи захист прав працівників у всіх країнах, де вона має свою присутність.
- Компанія може створити програми корпоративної соціальної відповідальності, спрямовані на підтримку освітніх та медичних ініціатив у країнах з низьким рівнем розвитку.

4. Культурна чутливість та різноманітність:

- "TechSolutions" має створити відкрите та включаюче робоче середовище для своїх працівників з різних культур та національностей.
- Компанія повинна виявляти повагу до місцевих культурних традицій та промовляти мову комунікації, зрозумілу для місцевих співробітників у всіх країнах.

5. Відкритість та прозорість:

- "TechSolutions" має забезпечити прозорість у своїй діяльності, публікуючи щорічні звіти про свою фінансову діяльність та соціальні програми.
- Компанія повинна активно спілкуватися зі своїми стейкхолдерами та надавати інформацію про свою діяльність через різні канали комунікації.

Ці принципи можуть допомогти "TechSolutions" побудувати етичний та відповідальний підхід до своєї міжнародної діяльності, що сприятиме розвитку довіри та партнерства з клієнтами, партнерами та громадськістю у всіх країнах, де вона працює.

Ситуаційне завдання 7. «Піратська програма». Власник малого підприємства одержав безкоштовну копію захищеної авторським правом комп'ютерної програми від товариша, замість того щоб витратити \$500 на придбання цієї програми в місцевого продавця програмного забезпечення.

Запитання для обговорення

1. Розпізнайте і сформулюйте етичну дилему, що міститься в наведеній ситуації.
2. Назвіть усіх учасників описаної ситуації.
3. Чітко сформулюйте позицію і можливі інтереси кожного учасника ситуації.
4. Хто в описаній ситуації «виграє», а хто «програє»? Чому?
5. Як з позиції ділової етики можна кваліфікувати поведінку учасників ситуації? Чому?

Приклад обговорення:

Ситуація, яку ви описали, може бути класифікована як порушення авторських прав, відоме як "піратство програмного забезпечення". Наведемо декілька можливих наслідків та рекомендацій для власника малого підприємства:

Наслідки порушення авторських прав:

Правові наслідки: Власник підприємства може стати об'єктом правових дій з боку власника авторських прав на програмне забезпечення. Це може призвести до судових позовів, штрафів та інших правових наслідків.

Шкоди репутації: Піратство програмного забезпечення може пошкодити репутацію підприємства в очах клієнтів, партнерів та інших стейкхолдерів.

Втрати прибутку: Замість покупки легальної копії програми, власник підприємства втрачає можливість підтримки, оновлень та інших переваг, які надає легальне програмне забезпечення.

1. **Етична дилема:** Основна етична дилема полягає в тому, що власник малого підприємства отримав безкоштовну копію захищеної авторським правом комп'ютерної програми від товариша, замість того, щоб купити її у місцевого продавця програмного забезпечення.
2. **Учасники ситуації:**
 - Власник малого підприємства.
 - Товариш, який передав безкоштовну копію програми.
 - Місцевий продавець програмного забезпечення.
3. **Позиції та можливі інтереси учасників:**
 - Власник малого підприємства: Можливість отримати програму без витрат, що дозволяє зекономити кошти для інших потреб підприємства.
 - Товариш: Можливе бажання допомогти другові та заощадити йому гроші на програмному забезпеченні.
 - Місцевий продавець програмного забезпечення: Втрата можливого доходу від продажу програмного забезпечення.

4. Хто виграє, а хто програє:

- Виграє власник малого підприємства, отримавши безкоштовну копію програми і зекономивши гроші.
- Програє місцевий продавець програмного забезпечення, який втрачає можливий дохід від продажу програми.

5. Поведінка учасників з позиції ділової етики:

- Поведінка власника малого підприємства може бути оцінена як сумнівна з точки зору ділової етики, оскільки він обрав шлях безкоштовного отримання програми, порушуючи авторські права.
- Поведінка товариша також може бути розглянута як неетична, оскільки він сприяв піратству програмного забезпечення.
- Поведінка місцевого продавця програмного забезпечення є етичною, оскільки він пропонує легальні копії програми за відповідну ціну і дотримується авторських прав.

Ситуаційне завдання 8. До вас прийшов робітник із проханням відпустити його з роботи на день. Ви запитуете про мету. Виявляється, він хоче використати цей день на пошуки іншого місця роботи. Його звільнення позбавить ваше підприємство дуже потрібного і кваліфікованого фахівця.

Розгляньте запропоновану ситуацію, прийміть рішення та обґрунтуйте його. Як ви відреагуєте на прохання робітника?

Відповідь на подібну ситуацію може бути дещо складною, оскільки вона стикається з етичними дилемами щодо балансу між потребами робітника та потребами підприємства. Проте, ось деякі можливі шляхи вирішення цієї ситуації:

1. Збереження робітника:

- Ви можете погодитися відпустити робітника на день, розуміючи його потребу в пошуках нового місця роботи. Це виявить вашу підтримку та розуміння його ситуації.

2. Пошук компромісу:

- Можливо, ви можете запропонувати робітнику додаткові гнучкі умови або підтримку у пошуках нової роботи, наприклад, звільнення на півдня з роботи для зустрічі з потенційними роботодавцями.

3. Збереження робітника на роботі:

- Якщо робітник є необхідним і кваліфікованим фахівцем, ви можете спробувати переговорити з ним та з'ясувати, чи є можливість зберегти його на роботі, пропонуючи підтримку у його кар'єрному розвитку або інші бонуси.

4. Розгляд альтернативних варіантів:

- Можливо, вам варто розглянути можливість надання робітнику відпустки без збереження заробітної плати на один день, щоб він міг відвідати співбесіди.

В цьому випадку рішення залежить від конкретних обставин і політики вашого підприємства. Важливо враховувати як потреби робітника, так і інтереси вашого бізнесу при прийнятті рішення.

Ситуаційне завдання 9. Ви менеджер персоналу. У вашу фірму прийшла молода, здібна жінка, яка прагне стати торговельним агентом. Рівень її кваліфікації значно вищий, ніж у чоловіків, які претендують на цю посаду. Однак, прийом її на роботу неминуче викличе негативну реакцію з боку ряду ваших торговельних агентів, серед яких жінок немає.

Розгляньте запропоновану ситуацію, прийміть рішення та обґрунтуйте його. Чи візьмете ви цю жінку на роботу? Чому?

У даній ситуації як менеджер персоналу, моя головна мета полягає в забезпеченні об'єктивного та справедливого найму, а також в створенні робочого середовища, яке сприяє рівності та різноманітності. Приклад мого рішення та їх обґрунтування:

Прийняття молодої жінки на роботу:

Обґрунтування: Її вищий рівень кваліфікації свідчить про те, що вона може бути цінним активом для компанії. Важливо оцінити її професійні навички та досвід, а не стать чи гендерну приналежність.

Забезпечення підтримки та захисту на робочому місці:

Обґрунтування: Якщо з'явиться негативна реакція з боку інших торговельних агентів, важливо вжити заходів для захисту нового працівника від будь-яких форм дискримінації чи недоброзичливості. Проведення тренінгів з рівності та виконання політики недопущення будь-яких форм дискримінації може сприяти створенню сприятливого середовища для нового працівника.

Сприяння рівності та різноманітності на робочому місці:

Обґрунтування: Різноманітність в команді може приносити значний користь, сприяючи творчому мисленню, інноваціям та розвитку бізнесу. Прийняття молодої жінки на роботу може допомогти розширити різноманіття в команді та підвищити її конкурентоспроможність.

Отже, прийняття молодої жінки на роботу є обґрунтованим і відповідає принципам справедливості, рівності та різноманітності на робочому місці.

Ситуаційне завдання 10. Ви заступник начальника відділу, усі співробітники якого жінки. В силу свого характеру, чи за якимись іншими причинами, ви не подобаєтеся нікому в цьому відділі. Керівник пропонує вам перебратися в окремий кабінет, але це буде утрудняти вашу роботу, тому що вам необхідна інформація, що надходить від інших співробітників відділу.

Розгляньте запропоновану ситуацію, прийміть рішення та обґрунтуйте його. Які будуть Ваші дії.

У даній ситуації як заступник начальника відділу, важливо зберегти професійну етику та продовжувати виконувати свої обов'язки ефективно. Наведемо приклад рішення заступника начальника відділу та їх обґрунтування:

Згодитися на пропозицію керівника перебратися в окремий кабінет:

Обґрунтування: Це може бути розумним рішенням для збереження мирної атмосфери на робочому місці та підтримання професійних відносин з іншими співробітниками. Хоча це може ускладнити доступ до необхідної інформації, можна розглянути можливості для регулярного обміну інформацією через зустрічі, електронну пошту або інші засоби комунікації.

Залишитися на поточній робочій позиції та працювати з іншими співробітниками:

Обґрунтування: Можливо, переїзд у окремий кабінет може створити більше проблем, ніж вирішити їх. Якщо основна проблема полягає в відносинах з іншими співробітниками, можливо, варто розглянути можливості вирішення конфліктів або покращення взаємодії.

Звернутися за допомогою до керівництва або відділу кадрів:

Обґрунтування: Якщо ситуація стає неприйнятною або неможливо здійснити свою роботу через негативне ставлення співробітників, можна звернутися до вищого керівництва або відділу кадрів для отримання порад або допомоги у вирішенні проблеми.

У будь-якому випадку важливо зберігати професійну етику та шукати шляхи досягнення компромісу або вирішення конфлікту, щоб забезпечити продуктивну робочу атмосферу.

5.2. ТЕСТИ ДЛЯ КОНТРОЛЮ ЗНАНЬ

1. Соціальний інститут, що складається з системи стандартів, що визнаються і поділяються членами культурної спільності – це:

- a) мораль
- b) подвиг
- c) бізнес-діяльність
- d) принципи
- e) всі відповіді вірні

2. Наукова дисципліна, що вивчає застосування етичних принципів у ділових ситуаціях, аналізує моральні відносини в бізнесі в контексті загальної етичної теорії, психології, економіки, стратегічного планування, фінансів, обліку, маркетингу – це:

- a) культурологія
- b) психологія праці
- c) етика та естетика
- d) етика та культура бізнесу
- e) етика бізнесу

3. Вкажіть хто вперше виділив етику в окрему галузь знань?

- a) Сократ
- b) Конфуцій
- c) Гіппократ
- d) Аристотель
- e) Платон

4. Що являється предметом етики як наукової дисципліни?

- a) поведінка
- b) мораль
- c) погляди
- d) виховання
- e) культура

5. «Морально-психологічний механізм», що діє всередині людської душі, перевіряючи, чи виконується обов'язок, нагадує людині про її моральні обов'язки, про відповідальність, яку несе вона перед іншими і перед собою.

- a) гуманізм
- b) порядність

- c) совість
- d) толерантність
- e) тактовність

6. Моральний імператив, «обмежувач», який не дозволяє людині «переступити межу»:

- a) совість
- b) відкритість
- c) порядність
- d) моральна культура
- e) тактовність

7. Про яку епоху йдеться: «У християнській етиці на перше місце виходить релігійна віра, а розум вважається другорядним як в осягненні сутності моралі, так і в ситуації морального вибору. В дану епоху мораль зрослася з релігією, а наука про мораль (етика) – з теологією».

- a) Стародавній Схід.
- b) Античність.
- c) Середньовіччя.
- d) Відродження
- e) XXI століття

8. Моральні норми та принципи – це:

- a) певні вимоги та заборони, що регулюють діяльність, поведінку людей.
- b) поведінкові реакції людини на зовнішні впливи.
- c) всі засоби, які не заборонені законом.
- d) те, як людина діє у конкретних життєвих ситуаціях
- e) духовенство людини

9. Який термін використовували стародавні греки для позначення поєднання в людині красивого і морального (шляхетного) ?

- a) аристократія
- b) калокагатія
- c) патриції
- d) плебеї
- e) жодної вірної відповіді

10. Назвіть функції моралі:

- a) оціночна
- b) пізнавальна

- c) світоглядна
- d) виховна
- e) всі відповіді вірні

11. З метою підвищення етичності поведінки бізнесменів використовуються конкретні заходи і методи, які рекомендовані дослідниками етики бізнесу:

- a) планування та контроль
- b) мотивування персоналу
- c) етичні кодекси, карти етики, соціальні ревізії, етичне консультування, навчання етичній поведінці та ін.
- d) бюджетування та контроль
- e) всі відповіді вірні

12. Зведення моральних принципів, моральних норм і правил поведінки однієї особи або групи осіб, що визначає оцінку їхніх дій з погляду взаємовідносин з іншими суб'єктами бізнесу, відносин у колективі і в суспільстві на основі дотримання моральних норм і принципів, які розділяються ними – це:

- a) кодекс етики в бізнесі
- b) професійна етика
- c) клятва Гіппократа
- d) навчання та контроль
- e) етичні потреби

13. Конкретно визначений набір моральних норм, який слугує керівництвом поведінки в тій чи іншій професійній діяльності – це:

- a) професійна етика
- b) етичні потреби
- c) етичні кодекси
- d) соціальні ревізії
- e) етичне консультування

14. Процес цілеспрямованої систематичної взаємодії вихователя та вихованця з метою формування в нього системи моральних знань, почуттів, оцінок та поведінки згідно з етичними нормами і правилами – це:

- a) професійна етика
- b) етичні потреби
- c) етичні кодекси
- d) соціальні ревізії
- e) етичне виховання

15. Причинами неетичної поведінки є:

- a) значний обсяг «тіньової» економіки
- b) відсутність належного стимулювання етичної поведінки керівників
- c) загальне зниження ролі етики в суспільстві
- d) конкурентна боротьба, що відсуває на далекий план етичні міркування
- e) всі відповіді вірні

16. Метою експертизи бізнесу є:

- a) сприяння втіленню етичних і морально-правових принципів та цінностей в підприємницькій діяльності, їх дотримання при функціонуванні фірми
- b) контроль співробітників
- c) прийняття необхідних коригувальних дій
- d) певний тиск на рядових працівників з боку організації з метою пошуку компромісів між їхніми цінностями і цінностями вищого керівництва
- e) жодної вірної відповіді

17. Національний етичний кодекс «Принципи ведення бізнесу» вперше було розроблено:

- a) Парламентом Великобританії
- b) Торговельною палатою США
- c) Урядом Німеччини
- d) Міністерством фінансів Швейцарії
- e) Сенатом США

18. Дослідження певних проблем, що виникають у процесі діяльності суб'єкта господарювання і потребують кваліфікованих дій експерта для досягнення визначеної мети та розв'язання конкретних завдань, пов'язаних зі стабілізацією діяльності фірми – це:

- a) експертиза бізнесу
- b) культура бізнесу
- c) етика бізнесу
- d) етичне виховання
- e) корпоративні кодекси

19. Даний вид роботи запропоновано для оцінювання та упорядкування звітів стосовно соціального впливу дій і програм організації:

- a) навчання етичній поведінці
- b) етичне консультування
- c) соціальні ревізії

- d) етичне виховання
- e) експертиза бізнесу

20. Продовж твердження «... описують систему загальних цінностей і правил етики, яких, на думку фірми, повинні дотримуватися її працівники» - це:

- a) етичні кодекси
- b) карти етики
- c) етичне консультування
- d) соціальні ревізії
- e) етичне виховання

21. Історично визначений рівень розвитку суспільства, творчих сил і здібностей людини, виражений у типах і формах організації життя і діяльності людей, а також у створених ними матеріальних і духовних цінностях – це:

- a) культура
- b) імідж
- c) розвиток
- d) виховання
- e) мета

22. Яку назву має ініціативна господарсько-фінансова діяльність суб'єктів різних форм власності в рамках чинного законодавства, яка здійснюється на свій ризик і під власну фінансову та майнову відповідальність для отримання прибутку ?

- a) підприємництво
- b) співробітництво
- c) благодійництво
- d) меценатство
- e) консалтинг

23. Основна функція бізнес-культури полягає у наступному:

- a) створити відчуття ідентичності всіх членів організації, образ колективного «ми».
- b) контролі усіх працівників
- c) спонукання до дії та мотивуванні працівників
- d) цілеспрямованій діяльності людини щодо зміни і пристосуванні предметів природи для задоволення своїх потреб
- e) всі відповіді вірні

24. Провідну роль у культурі підприємств відіграють:

- a) організаційні цінності
- b) виробнича діяльність організації
- c) імідж
- d) конкурентне середовище
- e) дисципліна, відповідальність, стабільність

25. Елементами культури підприємницької діяльності є:

- a) чесне ведення його суб'єктами свого бізнесу
- b) законність підприємницької діяльності
- c) жорстке виконання зобов'язань та обов'язків, що випливають із правових актів, договірних відносин і законних угод
- d) дотримання підприємцями загальних етичних норм
- e) всі відповіді вірні

26. За концептуальну основу формування методів підприємницького менеджменту прийнято збалансований розвиток наступних складових....

- a) економічної, соціальної, культурної та екологічної
- b) політична
- c) мотиваційна
- d) всі відповіді вірні
- e) жодної вірної відповіді

27. Які інструменти управління виробило людство за всю історію свого існування?

- a) ієрархію
- b) моральні цінності
- c) ринок
- d) вірні відповіді a), b), c)
- e) жодної вірної відповіді

28. Продовж твердження «... побудована на відношенні «влада-підпорядкування», тобто тиск на людину зверху, заснований на примусовості»:

- a) примус
- b) контроль
- c) влада
- d) ієрархія
- e) ринок

29. Рівноправні відносини, засновані на купівлі-продажу продукції та послуг, рівновага інтересів продавця та покупця – це:

- a) ринок
- b) ієрархія
- c) примус
- d) моральні цінності
- e) демократія

30. Ці інструменти є альтернативами щодо вибору типу відносин (по горизонталі або по вертикалі) і ступеня їх централізації з боку органів управління:

- a) ієрархія, моральні цінності
- b) соціальні норми, установки, ритуали
- c) демократія
- d) громадянська освіта
- e) жодної вірної відповіді

31. Яке із визначень не відображає поняття «корпоративна культура»?

- a) специфічна «конституція» організації
- b) система формальних і неформальних правил і норм діяльності, звичаїв і традицій
- c) статут організації
- d) неписаний і нематеріальний, але той, що добре відчувається, бік діяльності організації
- e) динамічний комплекс базових особливостей окремої організації

32. Процес формування корпоративної культури передбачає такі основні етапи: початковий, підготовчий, основний, завершальний. Серед запропонованих варіантів виберіть дії, притаманні завершальному етапу.

- a) формування стандартів і норм поведінки персоналу на основі прийнятих цінностей, запровадження традицій, символіки, ритуалів, системи свят, розроблення мотиваційної політики
- b) нормативне закріплення усіх складових у корпоративному документі (положення про корпоративну культуру), кодекс ділової етики, документ про корпоративне керівництво тощо
- c) розробка концепції корпоративної культури (визначення місії підприємства та філософії його функціонування, побудова дерева цінностей і вибору основних серед них
- d) сукупність робіт організаційного, методичного й інформаційного характеру, чіткий розподіл обов'язків між виконавцями
- e) жодної вірної відповіді

33. Як із англійського перекладається слово «імідж»?

- a) образ
- b) ікона
- c) лице
- d) вчинок
- e) поведінка

34. Яку назву має система службового підпорядкування одних керівників, разом з їхніми підрозділами, іншим керівникам, що займає більш високу ступінь на ієрархічній драбині?

- a) атестація
- b) профанація
- c) субординація
- d) авторизація
- e) контроль

35. Дана функція полягає у створенні бар'єру, який захищає організацію від небажаних зовнішніх впливів і реалізується через заборони, табу, обмежувальні норми... Про яку функцію корпоративної культури йдеться?

- a) адаптативна
- b) охоронна
- c) орієнтуюча
- d) інтегруюча
- e) планування

36. Важливий елемент життя компанії, невід'ємний компонент їх організаційної культури – міроприємство, ініційоване та фінансоване компанією, організоване для персоналу, партнерів чи клієнтів і приурочене якійсь події.

- a) аперитив
- b) корпоратив
- c) зібрання
- d) форум
- e) трудові збори колективу

37. Колективна думка про компанію, що формується з часом у відомості цільових груп на підставі експертної оцінки економічного, соціального та інших аспектів її діяльності.

- a) корпоративна декларація
- b) корпоративна культура

- c) корпоративна репутація
- d) корпоративна асоціація
- e) корпоративна стагнація

38. Необхідним компонентом корпоративної культури є:

- a) чітко зафіксована організаційна структура
- b) колективна думка про компанію
- c) експертна оцінка
- d) команда професіоналів
- e) гумор, схвалений на корпоративному рівні

39. Назвіть модель корпоративної соціальної відповідальності (КСВ), яка за своєю суттю є симбіозом двох відомих моделей: з одного боку, держава активно підтримує бізнес, з іншого – відчутна велика активність корпорацій в реалізації власних соціальних проектів.

- a) Британська модель
- b) Американська модель
- c) Японська модель
- d) Пострадянська модель
- e) Африканська модель

40. Ефективний інструмент корпоративного свята, під час якого учасникам пропонують працювати не поодиноці, а об'єднатися між собою в дві, п'ять та більше команд. Суть такого заходу – формування команди та вироблення командного духу.

- a) тімбілдинг
- b) бодібілдинг
- c) артбілдинг
- d) моніторинг
- e) корпоратив

41. Стиль управління колективом це:

- a) сприянню підвищення кваліфікації співробітників
- b) виконання зобов'язань підприємства (компанії), підвищення матеріальної і моральної культури (відношення до праці, подолання моральних пороків і порушень);
- c) інтегральна характеристика індивідуальних особливостей керівника, а також найчастіше застосовуваних ним стилів і принципів управлінської діяльності, які характеризують його здатності рішення управлінських завдань

- d) сприяння твердженню громадянських воль, справедливого законодавства для задоволення потреб розвитку сучасної особистості
- e) зниження й погашення конфліктів різних рівнів (міжособистісних, між групових, суспільних і ін.)

42. Цей стиль характеризується високої централізацією влади, жорстким диктатом волі, домінуванням єдиноначальності. Позиція лідера – поза групою, він надає стислі, чіткі, ділові розпорядження, його тон непривітний, його голос вирішальний.

- a) авторитарний
- b) колегіальний
- c) ліберальний
- d) лідерський
- e) творчий стиль

43. Це стиль керівника, що у главу кута ставить непорушність традицій і раз і назавжди встановлених стандартів і принципів рішення управлінських завдань. При очевидному негативному характері даного стилю, він несе впевненість у стабільності, стійкості колективу.

- a) авторитарний
- b) колегіальний
- c) ліберальний
- d) лідерський
- e) консервативний

44. Найбільш значимі вміння керівника даного стилю керування є: вміння мислити широко, масштабно, системно й комплексно, бачачи одночасно розвиток своєї організації на більшу перспективу, не упускаючи поточних справ і завдань.

- a) авторитарний
- b) колегіальний
- c) ліберальний
- d) лідерський
- e) творчий стиль

45. Принцип інструкції полягає у:

- a) делегуванні повноважень
- b) управління шанобливо за допомогою правил й інструкцій, а не наказів і розпоряджень

- с) взаєминах з підлеглими керівник повинен проявляти нескінченне терпіння
- д) оперативному реагувати керівника на те, що відбувається в колективі
- е) жодної вірної відповіді

46. Назва практики надання родичам або знайомим посад незалежно від їхніх професійних здібностей, є однією з частин політичної корупції, різновид фаворитизму:

- а) непотизм
- б) прохання
- с) натиск
- д) судовий процес
- е) жодної вірної відповіді

47. Цей процес здійснюється шляхом зайняття більш високої посади на конкурсній основі чи за іншою встановленою процедурою:

- а) непотизм
- б) прохання
- с) просування по службі
- д) судовий процес
- е) жодної вірної відповіді

48. Назвіть основні види етичних порушень у сфері бізнесу:

- а) хабарництво
- б) примус
- с) обман і злочинство
- д) несправедлива дискримінація
- е) всі відповіді вірні

49. Керування людьми й кампаніями завдяки силі або погрозам, в тому числі у вигляді застосування адміністративних заходів – це:

- а) хабарництво
- б) примус
- с) обман
- д) злочинство
- е) несправедлива дискримінація

50. Необ'єктивне відношення до людей із причин їхньої расової приналежності, віку, підлоги, національності й віросповідання або відмова людям по значених причинах у привілеях, які надаються іншим – це:

- a) хабарництво
- b) примус
- c) обман
- d) злодійство
- e) несправедлива дискримінація

51. Сукупність кодексів, які забезпечують моральний характер взаємовідносин між людьми в процесі їх професійної діяльності – це:

- a) службова етика
- b) економічна етика
- c) нормативна етика
- d) професійна етика
- e) етика бізнесу

52. Як називається поінформованість, обізнаність, авторитетність; коло повноважень будь-якої організації, установи чи особи; коло питань, в яких ця особа має певні повноваження, знання, досвід.

- a) лояльність
- b) відкритість
- c) компетентність
- d) інновація
- e) конфіденційність

53. Цей синдром виникає на тлі стресу, а також внаслідок накопичення негативних емоцій, що призводить до емоційного виснаження людини:

- a) професійне вигорання
- b) професійний стрес
- c) професійна деформація
- d) професійна лінь
- e) жодної вірної відповіді

54. Це багатовимірний феномен, що виражається у фізіологічних і психологічних реакціях на складну робочу ситуацію:

- a) професійне вигорання
- b) професійний стрес
- c) професійна деформація

- d) професійна лінь
- e) жодної вірної відповіді

55. Група людей, об'єднана спільними цілями і близькими мотивами спільної діяльності, що лежать в руслі суспільних інтересів – це:

- a) колектив
- b) друзі
- c) партнери
- d) конкуренти
- e) роботодавці

56. Які фірми одними із перших у діловому світі усвідомили необхідність ретельного вивчення позицій конкурентів, їх приклад наслідують багато фірм, компаній, корпорацій:

- a) китайські
- b) японські
- c) українські
- d) американські
- e) корейські

57. Міра доцільного впливу встановлювати продуктивне спілкування, спеціальні вміння, за допомогою яких фахівець у кожному конкретному випадку застосовує найбільш ефективні засоби спілкування – це:

- a) професійний такт
- b) ввічливість
- c) кодекс професійної етики
- d) норми поведінки
- e) жодної вірної відповіді

58. Це опис і обґрунтування системи вимог, що висуваються певною діяльністю, спеціальністю або професією до людини:

- a) анкета
- b) кваліфікація
- c) професіограма
- d) резюме
- e) жодної вірної відповіді

59. Складний багатоплановий процес встановлення і розвитку контактів між людьми та групами, в якому здійснюється обмін інформацією, обмін діями, сприйняття і розуміння партнера – це:

- a) монолог
- b) діалог
- c) спілкування
- d) дискусія
- e) конфлікт

60. Метою комунікативного аспекту спілкування є :

- a) організована взаємодія для досягнення мети спілкування
- b) взаємопізнання співрозмовниками один одного
- c) обмін ідеями, думками, інформацією, розвиток співрозмовників
- d) словесний опис та пояснення дії
- e) жодної вірної відповіді

61. Під час ділового спілкування легше встановлюється контакт між людьми, якщо вони:

- a) є значущими один для одного особами
- b) сприймають спілкування як продуктивне співробітництво
- c) володіють культурою ділового спілкування
- d) вірні відповіді a), b), c)
- e) жодної вірної відповіді

62. Сума набутих людиною знань, умінь та навичок спілкування, які створені та прийняті в конкретному суспільстві на певному етапі розвитку – це:

- a) культура спілкування
- b) етика спілкування
- c) діалог
- d) комунікація
- e) обмін ідеями

63. Даний вид спілкування передбачає всілякі способи взаємодії між співрозмовниками за допомогою вербальних (словесних) і невербальних (поза, жести, міміка, одяг, знаки, символи) засобів:

- a) писемна форма ділового спілкування
- b) усна форма ділового спілкування
- c) культура спілкування
- d) монолог
- e) всі відповіді вірні

66. Самостійна система комунікації, яка фіксує усне мовлення за допомогою графічних знаків, сприяє тривалому збереженню інформації, поширенню й засвоєнню знань, накопичених попередніми поколіннями, а також розширенню сфер людського спілкування – це:

- a) писемна форма ділового спілкування
- b) усна форма ділового спілкування
- c) культура спілкування
- d) монолог
- e) всі відповіді вірні

67. Сприйняття образу іншої людини за типовими схемами, що притаманні тій чи іншій соціальній групі, професії – це:

- a) ідентифікація
- b) емпатія
- c) рефлексія
- d) стереотипізація
- e) всі відповіді вірні

68. Психологічні труднощі, що виникають в процесі спілкування, які служать причиною конфліктів або перешкоджають взаєморозумінню і взаємодії – це:

- a) бар'єр комунікації
- b) мотиваційний бар'єр
- c) бар'єри спілкування
- d) рефлексія
- e) апатія

69. Перерахуйте шляхи для подолання перешкод, що виникають у комунікативному процесі:

- a) вчитись рефлексувати
- b) не боятися зближуватись з людиною на емоційній основі, тобто вміти поставити себе на місце співрозмовника
- c) проявляти толерантність до співрозмовника
- d) намагатися, щоб при спілкуванні домінували лише позитивні емоції
- e) всі відповіді вірні

70. Документ, який є одним із засобів спілкування, від рівня якості його підготовки багато в чому залежить досягнення мети, а у країнах з розвинутою ринковою економікою, цей документ є невід'ємною частиною економічних відносин – це:

- a) лист – повідомлення
- b) лист – підтвердження
- c) лист – відповідь
- d) гарантійний лист
- e) діловий лист

71. Завершіть твердження «... сукупність правил і традицій, що ними користуються громадяни у повсякденному житті при спілкуванні один з одним має назву»...

- a) придворний етикет
- b) дипломатичний етикет
- c) військовий етикет
- d) загальногромадський етикет
- e) імідж

72. Вкажіть назву книги часів Київської Русі, яка була адресована і дітям, і дорослим, містила цінні поради щодо етикету, висвітлювала образ моральної злагоди як ідеалу доброчесності у тодішньому суспільстві:

- a) Літописець Нестор «Повість минулих літ».
- b) Повчання Володимира Мономаха
- c) Митрополит Іларіон «Слово про закон і благодать»
- d) Ярослав Мудрий «Руська правда»
- e) Кант «Критика практичного розуму»

73. Колективна думка про компанію, що формується з часом у свідомості цільових груп на підставі експертної оцінки економічного, соціального та інших аспектів її діяльності - це:

- a) гудвіл
- b) корпоративна репутація
- c) корпоративний імідж
- d) самопрезентація
- e) механізм корекції іміджу фірми

74. Дайте перелік нематеріальних активів, що уособлюються в понятті «гудвіл»:

- a) торгові марки, заголовки та назви видань
- b) комп'ютерне програмне забезпечення
- c) ліцензії та привілеї
- d) авторські права, патенти та інші права на промислову власність, права на обслуговування та експлуатацію
- e) всі відповіді вірні

75. При формуванні іміджу потрібно зважати на такі його складові:

- a) моральні цінності, рекламна сфера
- b) пакувальний матеріал, місцезнаходження та обстановка офісу, стиль одягу персоналу
- c) назва фірми, бланки фірми,
- d) візитівки, пакети та ін.
- e) всі відповіді вірні

76. До зовнішніх чинників іміджу відносять:

- a) зовнішній вигляд, гарні манери, виразність міміки та вміння нею керувати, вміння використовувати простір для спілкування
- b) наполегливість у досягненні мети, ініціативність
- c) суперництво та готовність до ризику
- d) орієнтація на досягнення вищих результатів
- e) вміння розуміти людей та впливати на них

77. Фахівців, які займаються створенням образу називають:

- a) консультантами
- b) аудиторами
- c) керівниками
- d) професіоналами
- e) іміджмейкерами

78. Ринкова атрибутика товару повинна включати:

- a) товарна марка
- b) фірмове ім'я
- c) фірмовий (марочний) знак, товарний знак
- d) авторське право
- e) всі відповіді вірні

79. Обов'язковою складовою класичного чоловічого костюма є :

- a) піджак
- b) однотонна краватка
- c) довільний одяг
- d) краватка з візерунком
- e) біла сорочка

80. Яку назву має одна із форм самопрезентації фірми, що, як правило, проходить у форматі зустрічі керівників підприємств, приватних осіб з представниками ЗМІ і включає відповіді на запитання журналістів?

- a) прес-реліз
- b) прес-конференція (брифінг)
- c) виступ в ЗМІ
- d) дебати
- e) конференція

81. Комплекс вербальних і невербальних дій, що дозволяють індивіду (фірмі) демонструвати оточуючим різні грані своєї особистості та працівників для створення і зміцнення позитивного іміджу – це:

- a) нарис про діяльність фірми
- b) виступ в ЗМІ
- c) прес-реліз
- d) дебати
- e) самопрезентація

82. Цей вид презентації збирає тільки професіоналів у певній сфері і, звичайно, не підлягає розголосу в пресі. Це дійовий і доступний вид реклами, що підвищує імідж, зв'язки з партнерами, створює образ стабільної компанії...

- a) презентація-ексклюзив
- b) презентація-конференція
- c) презентація-брифінг
- d) презентація-шоу
- e) всі відповіді вірні

83. Відгадайте про, що йдеться у тексті: «Вперше його вжив французький король Людовік XIV у XVII ст. на одному з прийомів гостям вручили картки, де перераховувалися правила поведінки, яких вони мали дотримуватися. Саме від назви цих карток і з'явилося це поняття»:

- a) родовід
- b) етикет
- c) презентація
- d) правила
- e) всі відповіді вірні

84. Про яку епоху йдеться? В цю епоху етикетні правила поширювалися на різні верстви населення. В цей період остаточно складається в суспільній свідомості образ ідеального лицаря і кодекс лицарської честі. Однією з головних ознак благородства в середовищі світських феодалів був довгий родовід, що вівся по батьківській лінії.

- a) етикет в епоху античності
- b) етикет Візантії
- c) етикет середньовіччя
- d) етикет в слов'янських країнах
- e) жодної вірної відповіді

85. Про яку епоху йдеться? На відміну від попередніх епох, етика й етикет носили буржуазний характер, узвичасні правила поведіння, набуваючи інтернаціонального характеру, були поширені серед усіх прошарків суспільств. Передбачалося, що людина повинна прагнути до того, щоб власною працьовитістю і добропорядною поведінкою зайняти належне місце в суспільстві, а ідеал жінки – стати більш гідною дружиною і матір'ю.

- a) етикет в епоху античності
- b) етикет Візантії
- c) етикет середньовіччя
- d) етикет в слов'янських країнах
- e) етикет XIX сторіччя

86. Наука, що вивчає загальні та конкретні правила, кодекс поведінки людей у суспільстві, зовнішні прояви етики, моралі, дотримання ustalених норм, принципів та умовностей, історично вироблених і прийнятих у людському співтоваристві – це:

- a) релігія
- b) культурологія
- c) мистецтвознавство
- d) кінестика
- e) етикетознавство

87. Область дослідження, яка вивчає, як технології формуються та формують політичну, соціальну та моральну присутність людей – це:

- a) цифрова етика
- b) атрибутика
- c) релігія
- d) мистецтвознавство
- e) культурологія

88. Скільки років тому виник цифровий етикет?

- a) один рік
- b) двадцять шість років
- c) сто років
- d) виник в епоху Візантії
- e) виник в епоху античності

89. Політичний інструмент дипломатії, дотримання правил якого важливе не тільки для дипломатів, а й для бізнесменів, які виїжджають в закордонне відрядження або приймають іноземних представників - це:

- a) дипломатичний протокол
- b) національні традиції
- c) налагодження ділових контактів
- d) ділова пропозиція
- e) міжнародна бізнес-діяльність

90. Відповідальність організації за вплив своїх рішень та діяльності (продукти, послуги, процеси) на суспільство і навколишнє середовище, що реалізується через прозору та етичну поведінку, яка допомагає сталому розвитку, здоров'ю та добробуту суспільства – це:

- a) соціальні зобов'язання
- b) моральні зобов'язання
- c) етична відповідальність
- d) правова відповідальність
- e) соціальна відповідальність

91. Коли виникла ідея соціальної відповідальності бізнесу?

- a) у 50-ті роки ХХ ст.
- b) у ХІХ ст.
- c) у 1975 р.
- d) у 70-ті рр. ХХ ст.
- e) жодної вірної відповіді

92. Добровільна міжнародна мережа корпоративного громадянства, ініційована з метою підтримки участі як приватного сектора, так і інших соціальних дійових осіб у заохоченні відповідального корпоративного громадянства та сприянні загальним соціальним і екологічним принципам для вирішення проблем глобалізації – це:

- a) глобальний договір
- b) кодекс етики в бізнесі
- c) професійні кодекси
- d) концепція «корпоративного громадянства»
- e) всі відповіді вірні

93. Зведення моральних принципів, моральних норм і правил поведінки однієї особи або групи осіб, що визначає оцінку їхніх дій з погляду взаємовідносин з іншими суб'єктами бізнесу, відносин у колективі і в суспільстві на основі дотримання моральних норм і принципів, які розділяються ними - це:

- a) глобальний договір
- b) кодекс етики в бізнесі
- c) професійні кодекси
- d) концепція «корпоративного громадянства»
- e) всі відповіді вірні

94. Які компанії були родоначальниками корпоративних кодексів, які довели регламентування поведінки працівників до абсолюту?

- a) американські
- b) українські
- c) китайські
- d) африканські
- e) японські

95. Які функції виконують корпоративні кодекси в організаціях:

- a) управлінську, розвитку корпоративної культури в організації, репутаційну
- b) планування та контролю
- c) функції економічного відбору
- d) інформаційну та оздоровчу
- e) всі відповіді вірні

96. Дане поняття призводить до збільшення вартості нематеріальних активів та бізнесу в цілому, забезпечує збереження клієнтської бази, збільшує темпи та час росту компанії і її прибутковості, має вплив на розвиток і збереження інтелектуального капіталу:

- a) морально-духовне виховання
- b) глобальний договір
- c) корпоративна соціальна відповідальність
- d) етика високого рівня
- e) завдання підприємництва

97. Частина етики бізнесу, яка розглядає специфіку моральних відносин як між макросуб'єктами соціальної та економічної структури суспільства: корпораціями, державою, суспільством в цілому, так і його частинами, називають:

- a) макроетикою
- b) мікроетикою
- c) національною стратегією
- d) міжкорпоративною етикою
- e) жодної вірної відповіді

98. Стосується етичної сторони відносин між різними корпораціями, яка ґрунтується в першу чергу на довірі, чесній конкуренції, взаємній повазі та відкритості введення бізнесу:

- a) макроетика
- b) мікроетика
- c) національна стратегія
- d) міжкорпоративна етика
- e) жодної вірної відповіді

99. Етика бізнесу на макрорівні регулює відносини між:

- a) людиною і природою
- b) усіма членами живої природи
- c) конкурентами
- d) бізнесмена (підприємця, менеджера) зі своїми партнерами, конкурентами, клієнтами, працівниками та ін.
- e) політиками

100. Дотримання партнерських відносин, побудованих на довірі, добропорядності, чесності, почутті обов'язку, вмінні тримати своє слово; виключення обману, безвідповідальності, зловживань довірою партнера та ін., а також забезпечення етичного ставлення підприємця до своїх працівників, повага до людей та почуття гуманності – це:

- a) культура ділового партнерства
- b) принципи лояльності
- c) конкуренція підприємницького середовища
- d) етична гра
- e) бізнес-проект

101. Етика бізнесу на макрорівні забезпечує:

- a) партнерські відносини в межах конкретних галузей чи підгалузей
- b) орієнтується на дотримання культури взаємовідносин між конкурентами
- c) надання достовірної інформації щодо власних товарів та послуг
- d) підтримується на національному рівні шляхом регулюючих важелів та законів
- e) всі відповіді вірні

102. Процес відповідального здійснення капіталовкладень, який інтегрує соціальні, екологічні та етичні принципи в процесі прийняття інвестиційного рішення – це:

- a) етичне інвестування
- b) етичне планування
- c) інноваційний розвиток
- d) розвиток і просування етики бізнесу
- e) реалізація етичних принципів

103. Однією з найгостріших проблем сучасності є:

- a) етичне інвестування
- b) етичне планування
- c) екологічна проблема, в тому числі екологічна відповідальність бізнесу
- d) розвиток і просування етики бізнесу
- e) реалізація етичних принципів

104. Галузь міждисциплінарних знань, предметом якої є моральні та духовні аспекти ставлення людини до живої і неживої природи вивчає:

- a) екологічна етика
- b) професійна етика
- c) етика бізнесу та культури
- d) лікарська етика
- e) етика юриста

105. Вищий рівень психічного відображення природного, штучного, соціального середовища та внутрішнього світу людини; саморегуляція даного відображення та усвідомлення місця і ролі людини у реальному світі – це:

- a) екологічна свідомість
- b) світогляд
- c) правовий аспект природоохоронного законодавства
- d) ділове спілкування
- e) інформаційна революція

106. Інформація про особу чи товар, розповсюджена в будь якій формі та в будь-який спосіб і призначена сформулювати або підтримати обізнаність споживачів реклами та їх інтерес щодо такої особи чи товару – це:

- a) реклама
- b) імідж
- c) законність

- d) гудвіл
- e) порядок

107. У 1989 році в невеликому швейцарському містечку Ко міжнародною групою впливових бізнесменів на "круглому столі" був прийнятий документ під назвою "Принципи бізнесу", відомий нині як "Декларація Ко". Про що йдеться у даному документі?

- a) у ньому зроблена спроба виробити єдиний кодекс поведінки для бізнесменів західного світу
- b) у ньому зроблена спроба виробити єдиний кодекс поведінки для бізнесменів східного (азіатського) бізнесу
- c) у ньому зроблена спроба виробити єдиний кодекс поведінки для бізнесменів двох істотно різних систем ділової поведінки: західної і східної (азіатської)
- d) у ньому зроблена спроба виробити єдиний кодекс поведінки для американського бізнесу
- e) жодної вірної відповіді

108. Сукупність прийнятих і, в основному, схвалених суспільством поглядів, думок, стереотипів, форм і способів поведінки, яка відрізняє це суспільство від інших, а також сукупність психологічних особливостей поведінки нації, що склалися історично – це:

- a) національний характер
- b) стереотип поведінки
- c) етнопсихологія
- d) релігія
- e) менталітет

109. Назвіть країну, офіційним звертанням в якій є «Містер», «Місіс», «Міс».

- a) Англія
- b) Великобританія
- c) Франція
- d) Іспанія
- e) Італія

110. Назвіть фактори, що впливають на спільне ведення бізнесу:

- a) національні особливості (традиції і звичаї) та релігійні норми
- b) освіта та професійна підготовка партнера
- c) політичне середовище, економічне середовище, рівень розвитку технологій
- d) ресурсний потенціал
- e) всі відповіді вірні

111. Важливим чинником, що впливає на ведення міжнародного бізнесу є:

- a) психологія
- b) релігія
- c) стереотип мислення
- d) національний характер
- e) особисті переконання

112. Вгадай про яку країну йдеться: «Усім відомі сильні риси національного характеру: працьовитість, пунктуальність, раціональність, ощадливість, організованість, серйозність. Тому в цій країні не люблять ніяких несподіванок і сюрпризів у плані підприємництва, усе заздалегідь планують і прораховують, попередньо складають програму зустрічей...»

- a) Німеччина
- b) Франція
- c) Україна
- d) Португалія
- e) США

113. Своєрідний менталітет цього народу склався в результаті впливу багатьох чинників: ізоляції від зовнішнього світу, специфічної писемності, важких умов ведення сільського господарства, релігійних та філософських вчень. Тому головними рисами їх національного характеру є замкнутість, невибагливість, прагматичність. Про менталітет якого народу йдеться?

- a) менталітет китайців
- b) менталітет американців
- c) менталітет японців
- d) менталітет корейців
- e) менталітет канадців

114. При зустрічі з цим народом рукостискання не прийнятне, традиційним вважається уклін, який прирівнюється до мистецтва. Назвіть цей народ.

- a) китайці
- b) японці
- c) корейці
- d) індуси
- e) українці

115. Національним надбанням цього народу є притаманне їм почуття краси. Традиція поклоніння прекрасному передається від покоління до покоління. Вони рано (в 50 років) відходять від справ і віддаються повністю естетичній насолоді природою. Про яку країну йдеться?

- a) Німеччина
- b) Франція
- c) Україна
- d) Японія
- e) США

6. ІНДИВІДУАЛЬНІ ЗАВДАННЯ ДЛЯ ЗДОБУВАЧІВ ДЕННОЇ / ЗАОЧНОЇ ФОРМИ НАВЧАННЯ

Виконання індивідуальних завдань має за мету поглибити знання з дисципліни «Етика та культура бізнесу», де передбачається опрацювання однієї з наведених нижче тем та її презентація на практичному занятті:

1. Передумови виникнення етики бізнесу. «Мораль», «моральність», «етика», «відповідальність»: співвідношення понять.
2. Наукові концепції етики бізнесу
3. Корпоративна культура і корпоративна етика.
4. Проблеми професійної етики.
5. Основні концепції етики бізнесу: загальна характеристика.
6. Етика обов'язку (деонтична етика, категоричний імператив І. Канта).
7. Корпоративна культура і етичний клімат організації: індивідуальні та
8. організаційні цінності.
9. Етичні проблеми, пов'язані з владою і підпорядкуванням.
10. Можливості оцінки якості керівника з етичної точки зору.
11. Моделі прийняття рішення в ситуації етичних дилем.
12. Способи підвищення етичного рівня організації: характеристика основних методів.
13. Відмінні особливості ділової етики Заходу.
14. Ділові культури країн Сходу.
15. Етика та культура бізнесу в Україні.
16. Етика менеджменту: поняття і основні характеристики.
17. Стилi і методи керівництва.
18. Правила конструктивної критики. Псевдокритика.
19. Поняття етичного менеджменту: принцип людиноцентризму в управлінні.
20. Етичні норми і етичні імперативи ділового спілкування.
21. Корпоративна етика: сутність та характерні ознаки.
22. Зміст і характер моральних проблем в організації.
23. Особливості адміністративної етики.
24. Стилi керівництва: основні та проміжні.
25. Морально-етична модель господарювання цивілізацій Сходу.

26. Вплив національних і релігійних особливостей середовища господарювання на модель управління.
27. Етика бізнесу та етикет: загальне та відмінне.
28. Діловий етикет у культурі зовнішності за принципами гендерної нерівності.
29. Імідж ділової людини.
30. Конфлікти в бізнесі та засоби їхнього подолання.
31. Етика рекламної діяльності.
32. Етика і соціальна відповідальність бізнесу.
33. Перспективи розвитку етики бізнесу в Україні.
34. Digital етикет та комунікації: тенденції та вимоги сьогодення
35. Цифровий етикет спілкування: ера діджитал

7. КРИТЕРІЙ ОЦІНЮВАННЯ З ДИСЦИПЛІНИ «ЕТИКА ТА КУЛЬТУРА»

Протягом семестру здобувач може отримати **max. 100 балів**, у тому числі: перший рубіжний контроль – **50 балів**, другий рубіжний контроль – **50 балів**. По поточному контролю здобувач може набрати бали за активність на лекційних та практичних заняттях, виявлення рівня підготовки здобувачів із зазначеної теми під час опитування, тестування, презентації індивідуальних завдань, участь у груповій роботі та тренінгах.

Мінімальні та максимальні пороги встановлення максимальної кількості балів для конкретних видів робіт: Відповіді на питання під час поточного опитування, участь у дискусії (0-2), групова робота (0,5-3), тести (0,5-2), виступ з доповіддю/презентацією (1-5), написання есе (5-10)

Таблиця 1 - Оцінювання видів робіт під час поточного оцінювання

Види робіт	Максимальна кількість балів під час поточного оцінювання	Максимальна кількість балів за один вид робіт	Орієнтовна кількість робіт, яку має виконати здобувач аби отримати максимальну кількість балів за поточним оцінюванням при оцінюванні кожного виду робіт максимальною кількістю балів	В тому числі розподіл за рубіжними контролями, враховуючи розподіл балів	
				I	II
Поточне опитування, участь у дискусії	24	2	12 відповідей	12 балів	12 балів
Тестування	24	2	12 тестів	12 балів	12 балів
Підготовка усних доповідей та презентації	20	5	4 усні доповіді з презентаціями	10 балів	10 балів
Есе	20	10	2 есе	10 балів	10 балів
Групова робота	12	3	4 групові роботи	6 балів	6 балів
Разом	100 балів			50 балів	50 балів

Види контролю: поточний, підсумковий. Методи контролю: спостереження за навчальною діяльністю студентів, усне опитування, тестовий контроль. Форма підсумкового контролю: залік. Семестровий залік полягає в оцінці рівня засвоєння здобувачем вищої освіти навчального матеріалу на лекційних, практичних, семінарських або лабораторних заняттях і виконання індивідуальних завдань за стобальною та дворівневою («зараховано», «не зараховано») та шкалою ЄКТС результатів навчання.

Критерії оцінки заліку: **«зараховано»** – студент має стійкі знання про основні поняття дисципліни, може сформулювати взаємозв'язки між поняттями; **«не зараховано»** – студент має значні пропуски в знаннях, не може сформулювати взаємозв'язку між поняттями, що вивчаються в курсі, не має уявлення про більшість основних понять дисципліни, що вивчається.

Шкала оцінювання: національна та ЄКТС

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ЄКТС	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену, курсового проекту (роботи), практики	для заліку
90-100	A	відмінно	зараховано
82-89	B	добре	
74-81	C		
64-73	D		
60-63	E	задовільно	
35-59	FX	незадовільно з можливістю повторного складання	не зараховано з можливістю повторного складання
1-34	F	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

8. СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНИХ ДЛЯ ОПРАЦЮВАННЯ ДЖЕРЕЛ

Основна

1. Балджи, М. Д. Етика бізнесу : навчальний посібник / М.Д. Балджи ; Міністерство освіти і науки України ; Одеський національний економічний університет. Київ : ФОП Гуляєва В.М., 2021. 330 с.

2. Етика бізнесу: навчальний посібник. К. : ФОП Гуляєва В.М., 2021. 332 с.

3. Липчанський, В.О., Царенко І.О., Пітел Н.С. «Етика бізнесу як різновид професійної етики в контексті соціальної відповідальності підприємців та управлінських кадрів». Підприємництво та інновації, вип. 15 (Грудень), 2020. С. 52-58. URL: <https://doi.org/10.37320/2415-3583/15.9>.

4. Нападиста, В. Г. Професійна та корпоративна етика : навчальний посібник / В.Г. Нападиста, О.В. Шинкаренко, М.М. Рогожа, Л.Д. Рихліцька [та 5 інших] ; Міністерство освіти і науки України, Київський національний університет імені Тараса Шевченка. Київ : ВПЦ "Київський університет", 2019. 367 с.

5. Педько А.Б. Основи підприємництва і бізнес культури : навч. посіб. К. : Центр навчальної літератури, 2019. 168 с.
6. Сушик І.В. Етика бізнесу: навч. посіб./ І.В. Сушик, О.Г. Сушик, Я.М. Мартинюк, В.В. Вісин. Луцьк: РВВ Луцький НТУ, 2019. 268 с.

Додаткова

1. Гриценко Т., Гриценко С., Іщенко Т. Етика ділового спілкування. К., 2019. 344 с.
2. Професійна етика й норми професійних ділових відносин. URL: <http://www.readbookz.com/book/159/4576>.
3. Рубенштейн, Д. Бути лідером. Мудрість від тих, хто змінив правила гри. Київ: Лабораторія, 2021. 445 с.
4. Хілл Л., ін. Командна робота. Як впровадити зміни в компанії, щоб вас підтримали. Х., 2019.
5. Androshchuk I.O., Lypchanskyi V.O., Pitel N.S. Self-management as a tool of improvement of the quality of management of modern enterprises. Центральнoукраїнський науковий вісник. Економічні науки, Вип. 8 (41). – Кропивницький: ЦНТУ, 2022. С. 244-252.
6. Business Ethics and Corporate Governance - B.S. Ghosh, Prentice Hall of India, Pvt. Ltd, New Delh.
7. Horizon, R. (2020) The EU Framework Programme for Research and Innovation. Available at: <https://ec.europa.eu/programmes/horizon2020/en/area/ict-research-innovation>
8. Renku and Paral Khanna - Ethics and Values in Business Management , Ane Books India. <http://en.Wikipedia.org/engineering ethics – engineering ethics>

Електронні ресурси

1. Державна служба статистики України. Офіційний вебсайт: URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>
2. Інститут демографії та соціальних досліджень імені М. В. Птухи Національної академії наук України. Офіційний вебсайт: URL: <http://www.idss.org.ua>
3. Міністерство соціальної політики України. Офіційний вебсайт: URL: <https://www.msp.gov.ua/>
4. Національний інститут стратегічних досліджень. Офіційний вебсайт: URL: <http://www.niss.gov.ua>
5. Нормативні акти України. Офіційний вебсайт: URL: www.nau.kiev.ua
6. Всеукраїнська асоціація кадровиків. Офіційний вебсайт: URL: <https://www.kadrovik.ua>

Методичні рекомендації до вивчення дисципліни «ЕТИКА ТА КУЛЬТУРА БІЗНЕСУ»

для здобувачів денної/заочної форми навчання
за спеціальностями:

051 – «Економіка»; 073 – «Менеджмент»;

076 – «Підприємництво та торгівля»;

перший (бакалаврський) рівень вищої освіти
освітньо-професійна програма «Економіка»; «Менеджмент»;
«Підприємництво та торгівля»

Укладач: Пітел Н.С., к.е.н., доцент кафедри економіки, менеджменту та комерційної діяльності
Центральноукраїнського національного технічного університету

© ЦЕНТРАЛЬНОУКРАЇНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ
ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Кафедра економіки, менеджменту та комерційної діяльності.
Електронне видання, 2023