

Министерство образования и науки Российской Федерации
Вологодский государственный университет

Кафедра менеджмента

ЭТИКА ДЕЛОВЫХ ОТНОШЕНИЙ

*Рабочая программа, методические указания,
вопросы для выполнения практических занятий и подготовки к зачёту,
тесты для проверки знаний, деловые игры
для студентов всех форм обучения*

Факультеты: экономический, ЗДО

Специальность 080504 «Государственное и муниципальное управление»

Направление бакалавриата 081100.62 (38.03.04) «Государственное
и муниципальное управление»

Вологда
2014

УДК 395(076)

Этика деловых отношений: рабочая программа, методические указания, вопросы для выполнения практических занятий и подготовки к зачёту, тесты для проверки знаний, деловые игры для студентов всех форм обучения. – Вологда: ВоГУ, 2014. – 18 с.

Методические указания подготовлены в соответствии с требованиями Федерального образовательного стандарта высшего профессионального образования и содержат тематику лекционных и практических занятий, понятийный аппарат по дисциплине, перечень деловых игр.

Утверждено редакционно-издательским советом ВоГУ

Составитель С.Н.Сулейманова, канд. экон. наук, доцент

Рецензент Кошко О.В., д-р экон. наук, профессор кафедры экономической теории, учета и анализа

1. Цели и задачи учебной дисциплины «Этика деловых отношений»

Цели изучения дисциплины – овладение научно-теоретическими и методическими основами дисциплины, приобретение навыков в области этики деловых отношений для решения экономических, организационных и управленческих проблем.

Задачи дисциплины:

- формирование основ знаний по этике деловых отношений;
- освоение основных принципов этики деловых отношений;
- приобретение студентами практических навыков в области этики деловых отношений;
- влияние этики и этических норм на социальную ответственность организации;
- раскрытие взаимосвязи этических норм организации и руководителя.

2. Требования к знаниям и умениям по дисциплине «Этика деловых отношений»

В результате изучения дисциплины

студент должен знать:

- природу и сущность этики деловых отношений;
- основные принципы этики деловых отношений;
- влияние этики и этических норм на социальную ответственность организации;
- этику руководителя;
- корпоративную культуру;
- вербальные и невербальные коммуникации в организациях;
- этические нормы межличностных отношений в коллективе;
- основы деловой риторики, культуру речи;
- искусство комплимента в деловом общении.

студент должен уметь:

- поддерживать профессиональную коммуникацию, использовать полученные знания по этике для решения практических задач;
- анализировать социально значимые проблемы; использовать средства логического анализа при решении задач;
- оценивать уровень собственных знаний и определять потребность в дальнейшем обучении.

- квалифицированно работать со специальной экономической и нормативной литературой;
- применять полученные в процессе обучения знания на практике.

студент должен владеть:

- навыками межличностной и межкультурной коммуникации;
- навыками применения теоретических знаний при решении практических задач;
- умениями толерантного восприятия и анализа социальных и культурных различий.

3. Требования к минимуму содержания дисциплины

Состав тем лекционных и практических занятий определен в соответствии с объемом часов, выделенных в рабочем учебном плане направления бакалавриата и требованиями Государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования.

4. Содержание лекционного курса

Тема 1. Природа и сущность этики деловых отношений

Понятие этики деловых отношений. Категории этики. Нормы этики деловых отношений. Современные этические принципы делового поведения. Основные проблемы этики деловых отношений в России.

Тема 2. Этика деятельности организации

Понятие этики деятельности организации. Три уровня этики бизнеса: мировой, макроуровень, микроуровень. Социальная ответственность в системе менеджмента. Аргументы в пользу социальной ответственности. Аргументы против социальной ответственности.

Тема 3. Этика делового общения

Понятие общения. Три стороны общения: коммуникативная, интерактивная, перцептивная. Барьеры общения. Принципы делового общения. Этика делового общения «сверху-вниз». Этика делового общения «снизу-вверх». Коммуникативная культура в деловом общении.

Тема 4. Виды делового общения

Понятие публичного выступления. Цели публичного выступления. Основные требования к публичному выступлению. Типичные ошибки в устной речи. Понятие, цели, формы и значение делового совещания. Понятие, цель и задачи деловой беседы. Служебный телефонный разговор. Правила ведения делового телефонного разговора.

Тема 5. Корпоративная культура и корпоративная этика

Понятие корпоративной культуры. Основные принципы корпоративной культуры. Функции корпоративной культуры в организации. Механизмы корпоративной культуры. Понятие корпоративной этики.

Тема 6. Этика руководителя

Кто такой руководитель? Достоинства и недостатки в работе руководителя. Функции руководителя в организации. Особенности положения руководителя в организации. Этические обязанности руководителя. Роли руководителя в организации.

Тема 7. Деловой этикет

Понятие этикета. История становления этикета. Виды этикета. Деловой этикет: понятие, значение. Правила делового этикета. Этикет приветствий и представлений. Внешний облик делового человека. Понятие дресс-кода. Функции и значение дресс-кода в организации. Визитные карточки, их роль в современном деловом общении.

Тема 8. Этические проблемы деловых отношений

Общие категории этических проблем: взяточничество, принуждение, воровство, несправедливая дискриминация. Решение этических проблем. Проблемы служебных разоблачений. Проблемы работающих женщин. Этика выгодных связей.

Тема 9. Искусство комплимента в деловых отношениях

Понятие комплимента в деловом общении. Цели комплимента. Виды комплиментов в деловом мире. Секреты уместного комплимента. Как реагировать на комплименты. Основные правила комплимента в деловом общении. Требования к деловому комплименту. Значение комплиментов в деловом общении.

Тема 10. Современная концепция имиджа организации

Понятие имиджа организации. Составляющие имиджа: имидж товара (услуги), имидж персонала, имидж руководителей организации, внутренний имидж, визуальный имидж организации. Фирменный стиль организации.

Тема 11. Коммуникации в организациях

Понятие коммуникации в организации. Вербальные и невербальные коммуникации. Коммуникативная среда. Вертикальные и горизонтальные коммуникации. Внутренние и внешние коммуникации. Межличностные коммуникации.

5. Перечень практических занятий

Тема 1. Природа и сущность этики деловых отношений

Деловая игра «Закономерность искажения смысла информации». Эссе «Для чего нужна этика в современном мире?»

Тема 2. Этика деятельности организации

Значение социальной ответственности организации в современном обществе, аргументы за и против. Тестирование

Тема 3. Этика делового общения

Деловая игра «Этика делового общения: «сверху-вниз». Этика делового общения «снизу-вверх».

Тема 4. Виды делового общения

Подготовка публичного выступления на актуальную тему с учетом всех требований и правил.

Тема 5. Корпоративная культура и корпоративная этика

Деловая игра «Лидеры корпораций». Тестирование

Тема 6. Этика руководителя

Личность руководителя в организации. Дресс-код: женский и мужской стили.

Тема 7. Деловой этикет

Деловая игра «Этикет приветствий и представлений». Внешний облик делового человека. Визитные карточки. Тестирование.

Тема 8. Этические проблемы деловых отношений

Решение этических проблем в организации. Проблемы работающих женщин.

Тема 9. Искусство комплимента в деловых отношениях

Деловая игра «Учимся говорить комплименты». Тестирование

Тема 10. Современная концепция имиджа организации

Деловая игра «Имидж организации или публичной личности».

Тема 11. Коммуникации в организациях

Деловая игра «Вербальные и невербальные коммуникации в организациях».

Тестирование.

Тема 12. Национальные особенности делового общения

Деловая игра «Особенности делового общения в США, Японии, Германии, Франции, Китае, арабских странах».

Тема 13. Этический кодекс госслужащего РФ.

Ознакомление с этическим кодексом госслужащего, тестирование.

Тема 14. Этика служебных отношений мужчины и женщины.

Ролевая игра по этике служебных отношений, разбор конкретных ситуаций.

Тема 15. Личностные ожидания в карьере госслужащего.

Эссе, тестирование.

6. Примерный перечень вопросов к зачёту

1. Сущность этики деловых отношений
2. Современные принципы делового поведения
3. Категории этики
4. Проблемы этики деловых отношений в России
5. Этика бизнеса
6. Уровни этики бизнеса
7. Этика и социальная ответственность организаций
8. Аргументы в пользу социальной ответственности
9. Аргументы против социальной ответственности
10. Почему современные компании должны быть социально ответственными
11. Понятие имиджа организации

12. Этикет и имидж делового человека
13. Виды этикета
14. Внешний облик делового человека
15. Понятие дресс-кода, его функции
16. Что такое фирменный стиль организации
17. Деловое общение, его виды
18. Социальные барьеры общения
19. Барьеры непонимания
20. «Золотое правило» общения
21. Эффект стереотипа
22. Эффект ореола
23. Что такое восприятие?
24. Коммуникативная культура в деловом общении
25. Кто такой руководитель?
26. Преимущества в работе руководителя
27. Недостатки в работе руководителя
28. Основные функции руководителя
29. Роли руководителя в организации
30. Ступени противоречий: невосприимчивость, столкновение, антагонизм, поляризация
31. Культура речи в деловом общении
32. Этические нормы телефонного разговора
33. Визитная карточка
34. Правила подготовки публичного выступления
35. Невербальное общение
36. Этикет приветствий и представлений
37. Сущность и значение корпоративной культуры
38. Какие черты отличают компанию с высокой корпоративной культурой?
39. Визуальный имидж компании
40. Структура имиджа компании
41. Что такое брендинг?
42. Что такое коррупция?

7. Тест по дисциплине «Этика деловых отношений»

1. Что такое этика? Дайте определение
2. Термин «этика» впервые употребил
 - а) Аристофан
 - б) Аристотель
 - в) Архимед
 - г) Аристид
3. Перечислите современные принципы делового поведения?
4. Какая из категорий не относится к этике?
 - а) добро
 - б) зло
 - в) благо
 - г) долг
 - д) нужда
5. Как вы понимаете древнюю мудрость: «Относись к другим так, как ты хочешь, чтобы относились к тебе?»
6. В чем вы видите проблемы этики деловых отношений в России?
7. Международная Декларация «Принципы бизнеса» была принята в:
 - а) Швеции
 - б) США
 - в) Швейцарии
 - г) Германии
8. Что такое этика бизнеса?
9. Современные этические принципы сформулировал:
 - а) Тейлор
 - б) Файоль
 - в) Котлер
 - г) Хосмер
 - д) Друкер
10. Какие уровни этики бизнеса вам известны?
11. В чем заключается социальная ответственность компании?
12. Этические нормативы доводятся до работника
 - а) при поступлении на работу
 - б) в процессе работы
 - в) при увольнении с работы
13. Аргументы в пользу социальной ответственности?

14. Понятие «культура» в последние годы переосмыслено и главным в его содержании стало понятие
- а). коммерческого успеха
 - б) человеческой среды
 - в) технологических инноваций
 - г) социальной ответственности
15. Аргументы против социальной ответственности?
16. В современных корпорациях ставка делается на:
- а) жёсткое авторитарное управление
 - б) регламентирование всего и вся
 - в) гибкие партнёрские отношения
17. Почему современные компании должны быть социально ответственными?
18. Созданием и поддержанием соответствующего имиджа занимаются
- а) релайтеры
 - б) мерчандайзеры
 - в) супервейзеры
 - г) имиджмейкеры
19. Что такое этикет? Дайте определение
20. Первое печатное пособие по этикету в России появилось
- а) в 1617 году
 - б) в 1717 году
 - в) 1817 году
 - г) 1917 году
21. Какие виды этикета вы знаете?
22. Что такое деловой этикет?
23. Совокупность графических, цветовых, акустических, видео приёмов, которые обеспечивают единство компании во всей её деятельности - это
- а) корпоративная индивидуальность
 - б) корпоративная идентичность
 - в) фирменный стиль
 - г) корпоративная миссия
24. Какими правилами нужно руководствоваться при выборе делового костюма?
25. Термин «дресс-код» впервые появился
- а) в США
 - б) в Германии
 - в) в Японии
 - г) в Великобритании
26. Какие функции выполняет дресс-код?
27. Что такое деловое общение? Дайте определение

28. В процессе общения выделяют три стороны. Отметьте один параметр, не относящийся к общению
- | | |
|----------------------------|------------------------|
| а) коммуникативная сторона | в) перцептивная |
| б) интерактивная | г) персонифицированная |
29. Что такое социальные барьеры общения?
30. Ситуация, когда один из партнеров содействует другому, а второй противодействует ему – это
- | | |
|-------------------|---------------------------------|
| а) противоборство | в) контрастное взаимодействие |
| б) сотрудничество | г) компромиссное взаимодействие |
31. Что такое барьеры непонимания?
32. В чем заключается «золотое правило общения»?
33. Эффект, когда информация, полученная о каком-либо человеке, накладывается на созданный ранее образ или представление о нем – это
- | | |
|----------------------|-------------------|
| а) эффект стереотипа | в) эффект клише |
| б) эффект ореола | г) эффект иллюзии |
34. Что такое восприятие? Дайте определение
35. Умение держать себя в рамках приличия в любых ситуациях, прежде всего, конфликтных – это
- | | |
|----------------|------------------------|
| а) вежливость | в) предупредительность |
| б) тактичность | г) корректность |
36. Что такое коммуникативная культура?
37. Кто такой руководитель? Дайте определение
38. Кто из предлагаемого перечня не относится к руководителям:
- | | |
|----------------------|----------------------|
| а) главный бухгалтер | г) министр |
| б) ректор вуза | д) прораб на стройке |
| в) президент страны | е) библиотекарь |
39. Какие преимущества вы видите в работе руководителя?
40. Противоречивый подход руководителя и исполнителя к средствам и методам решения задачи – это
- | | |
|----------------------|----------------|
| а) невосприимчивость | в) антагонизм |
| б) столкновение | г) поляризация |

41. Какие недостатки вы видите в работе руководителя?
42. Хотели бы вы лично быть руководителем? Если да, то почему?
43. Что такое публичное выступление, его цели
44. Кто из представленных личностей являлся знаменитым, общепризнанным оратором
- | | |
|--------------------|------------|
| а) Марк Антоний | в) Цезарь |
| б) Октавиан Август | г) Цицерон |
45. Перечислите основные требования к публичному выступлению
46. Основным элементом деловой беседы является
- | | | |
|------------|-----------|------------|
| а) монолог | б) диалог | в) полилог |
|------------|-----------|------------|
47. Что такое деловое совещание? Дайте определение
48. Что такое деловая беседа, ее цели и задачи
49. Оратору легче выступать перед
- | | |
|--------------------------|----------------------------|
| а) однородной аудиторией | в) неоднородной аудиторией |
| б) смешанной аудиторией | г) гетерогенной аудиторией |
50. Основные требования культуры делового телефонного общения
51. По подсчётам исследователей на телефонные разговоры тратится
- | | |
|-------------------------|-------------------------|
| а) 50% рабочего времени | в) 30% рабочего времени |
| б) 40% рабочего времени | г) 20% рабочего времени |
52. Охарактеризуйте известные вам ораторские приёмы
53. Назовите основные функции руководителя?
54. Автор книги «Менеджмент в 21 веке» - это
- | | |
|-------------------|-----------------|
| а) Генри Минцберг | в) Филип Котлер |
| б) Питер Друкер | г) Ли Якокка |
55. Назовите известные вам роли руководителя?
56. Чем, по вашему мнению, эффективный руководитель отличается от неэффективного?

57. В чём заключается «золотое правило этики» применительно к руководителю?
58. Что входит в термин «корпоративная культура»?
59. Вербальные коммуникации реализуются при помощи:
- а) осанки, жестов, позы, выражения лица
 - б) интонации, тембра голоса, темпа речи, произношения
 - в) диалога, переговоров, приказов, инструкций
60. Какие черты отличают компанию с высокой корпоративной культурой?
61. Понятие «культура» в последние годы переосмыслено и главным в его содержании стало понятие
- а) коммерческого успеха
 - б) человеческой среды
 - в) технологических инноваций
 - г) социальной ответственности
62. Перечислите функции корпоративной культуры
63. Непримируемое противоречие, основанное на разных подходах к общей и частным целям, средствам и методам - это
- а) поляризация
 - б) конфликт
 - в) антагонизм
 - г) столкновение
64. Что входит в понятие дресс-код? Мужской и женский стили
65. В современных корпорациях ставка делается на:
- а) жёсткое авторитарное управление
 - б) регламентирование всего и вся
 - в) гибкие партнёрские отношения
66. Что такое коррупция?
67. Процесс общения и передачи информации между людьми или их группами в виде устных и письменных сообщений, языка, телодвижений и параметров речи называется:
- а) коррекция
 - б) коррупция
 - в) корпорация
 - г) коммуникация
68. Что такое имидж? Дайте определение
69. Из каких компонентов состоит визуальный имидж компании?

70. Что такое брендинг?

71. Какой из элементов не относится к фирменному стилю?

- | | |
|------------------------|------------|
| а) товарный знак | в) логотип |
| б) статус потребителей | г) слоган |

72. Что такое престиж? Дайте определение

73. Образ марки товара в сознании покупателя, выделяющий его в ряду конкурирующих товаров – это

- | | | | |
|-------------|-----------|------------|--------------|
| а) брендинг | б) статус | в) престиж | г) репутация |
|-------------|-----------|------------|--------------|

Понятийный аппарат

1. **Абсолютизм (этический)** – методологический принцип истолкования природы нравственности, в соответствии с которым моральные понятия трактуются как извечные и неизменные начала (законы Вселенной, априорные истины или божественные заповеди), не связанные с условиями жизни людей, с их потребностями, с историческими законами развития человечества.
2. **Визуальный контакт** – это изменение ширины зрачков, степени открытости глаз, направления и движения взгляда в процессе общения.
3. **Волюнтаризм** – субъективный принцип понимания нравственной деятельности; характеристика личной позиции, поступков, взглядов человека, отличающихся откровенным произволом. Как практический принцип поведения, В. выражает точку зрения крайнего индивидуализма и в конечном счёте ведёт к аморализму.
4. **Коллектив** – это сложная система, состоящая из множества связанных между собой групп людей и отдельных личностей.
5. **Коммуникативная культура** – это знания, умения, навыки в области организации взаимодействия людей и собственно взаимодействия в деловой сфере, позволяющие устанавливать психологический контакт с деловыми партнерами, направлять их поведение к желательному результату.
6. **Комплимент** – слова и выражения, содержащие небольшое преувеличение положительных качеств человека.
7. **Конструктивная критика** – указывающие на недостатки в действиях кого-либо высказывания, основанные на соблюдении этических норм.

8. **Конформизм** – это податливость человека реальному давлению группы, проявляющаяся в изменении его поведения и установок в соответствии с первоначально не разделявшей им позицией большинства.
9. **Личность** – это данный конкретный человек со всей совокупностью его общественных отношений, психологических и физиологических реакций, индивидуальность которых выражается внутренним духовным миром человека.
10. **Морально-психологический климат** в коллективе – это устойчивое состояние его внутренних связей, которое проявляется в эмоционально-этическом настрое коллектива, результатах его деятельности, формировании его общественного мнения.
11. **Оценка (моральная)** – одобрение или осуждение моральным сознанием различных явлений социальной действительности, при котором оно устанавливает соответствие или несоответствие поступка (а также мотива или поведения в целом), черт характера личности, общественного образа жизни определённым моральным требованиям.
12. **Поведение (моральное)** – совокупность поступков человека, имеющих нравственное значение, совершаемых им в относительно продолжительный период в постоянных или изменяющихся условиях.
13. **Поступок** – элемент нравственной деятельности; действие, рассматриваемое с точки зрения единства мотива и последствий, намерений и дел, целей и средств.
14. **Принципы (моральные)** – одна из форм нравственного сознания, в которой моральные требования выражаются наиболее обобщенно. Если норма предписывает, какие конкретно поступки человек должен совершить, а понятие «моральные качества» характеризует отдельные стороны поведения и черты характера личности, то П. в общей форме раскрывают содержание той или иной нравственности; выражают выработанные в моральном сознании общества требования, касающиеся нравственной сущности человека, его назначения, смысла его жизни и характера взаимоотношений между людьми.
15. **Профессиональная этика (мораль)** – подразумеваемый или конкретный набор моральных норм, служащий руководством поведения в той или иной профессиональной деятельности.
16. **Риторика** – это теория красноречия, ориентированная на обеспечение руководителей и специалистов правилами обращения со словом.

17. **Релятивизм (этический)** – методологический принцип истолкования природы нравственности, лежащий в основе многочисленных западных этических теорий; выражается в том, что моральным понятиям и представлениям придаётся относительный, изменчивый и условный характер. Релятивисты видят лишь то, что нравственные принципы, понятия добра и зла различны у разных народов, социальных групп и отдельных людей, определённым образом связаны с интересами, убеждениями и склонностями людей, ограничены в своём значении условиями места и времени.
18. **Плюрализм** – 1) философское учение, утверждающее (в противоположность монизму), что в основе бытия лежит множество независимых начал (сравним также дуализм); 2) один из фундаментальных принципов устройства правового общества, утверждающий необходимость многообразия субъектов экономической, политической и культурной жизни общества; 3) множественность, многообразие чего-либо, например мнений, взглядов, форм собственности.
19. **Этикет** – это совокупность правил поведения, регулирующих внешние проявления человеческих взаимоотношений, поведение в общественных местах, манеры и одежду.
20. **Этический кодекс** – это совокупность общих ценностей и правил этики организации, которых должны придерживаться ее работники.
21. **Этические нормы** – это ценности и правила этики, которых должны придерживаться работники организации в своей деятельности.
22. **Этическая экспертиза** – это всесторонний анализ конкретного аспекта деятельности организации или проекта, который может повлиять на перспективы развития организации и ее имидж.

Библиографический список

Основная литература

1. Атаманчук, Г.В. Этика и культура государственного управления: учеб. пособие. 2-е изд. / Г.В. Атаманчук, А.И. Ионова, А.Я. Ульянова. – М.: Флинта: МПСИ, 2005. – 256 с.
2. Белолипецкий, В.К. Этика и культура управления: учеб. пособие / В.К. Белолипецкий, Л.Г. Павлова. – М.: Ростов н/Д, 2004. – 248 с.
3. Государственная служба: культура поведения и деловой этикет: учебное пособие / Под общ. ред. Е.В. Охотского. - М.: Изд-во РАГС, 2006. - 218 с.
4. Золотухина-Аболина, Е. В. Современная этика: истоки и проблемы: учеб. пособие / Е.В.Золотухина-Аболина. - М.: Ростов н/Д, 2004. – 197 с.
5. Игнатов, В. Г., Белолипецкий, В. К. Профессиональная культура и профессионализм государственной службы: контекст истории и современность / В.Г. Игнатов, В.К. Белолипецкий. - М.: Ростов н/Д, 2008. - 214 с.
6. Маслеев, А. Г. Этика и профессиональная этика: Краткий словарь/ А.Г.Маслеев. – СПб.: Питер, 2006. – 115 с.
7. Петрунин, Ю.Ю., Борисов В.К. Этика бизнеса: учеб. пособие. / Ю.Ю.Петрунин, В.К.Борисов. – 2-е изд. – СПб.: Питер, 2004. - 244 с.
8. Прикладная этика: учебное пособие / Под общ. ред. И. Л. Зеленковой. - М.: ИНФРА - М, 2004. – 116 с.
9. Публичное пространство, гражданское общество и власть / под общ. ред. А.Ю. Сунгурова. – М.: РАПН; РОССПЭН, 2008. – 106 с.

Дополнительная литература

1. Аузан, А.А. Три публичные лекции о гражданском обществе / А.А. Аузан. – М.: ОГИ, 2006.- 24 с.
2. Ботавина, Р. Н. Этика менеджмента: учебник для вузов / Р.Н.Ботавина. - М.: РИОР, 2001. -112 с.
3. Гражданское общество: Истоки и современность: [Сб. статей] / Под ред. И. С. Лопушанского, И. Н. Кальнова. – СПб.: Юридический центр Пресс, 2006, 135 с.
4. Гурова, И. П. Этика международных экономических отношений: учеб. пособие / И.П.Гурова. - М.: ИНФРА-М, 2004. – 157 с.
5. Де Джордж Р. Т. Деловая этика: В 2 т./ Р.Т. Де Джордж. - СПб.: Питер, 2001. - 428 с.
6. Егоршин, А. П., Распопов, В. П., Шашкова, Н. В. Этика деловых отношений: учеб. пособие /А.П.Егоршин, В.П.Распопов, Н.В.Шашкова. - М.: РИОР, 2005. - 119 с.
7. Ионова, А. И. Этика и культура государственного управления: учебник

- для вузов / А.И.Ионова. - М.: КНОРУС, 2006. - 267 с.
8. Корпоративная этика / Автор-составитель И. Н. Кузнецов. - М.: Весь Мир, 2005. – 196 с.
 9. Корпоративная этика и ценностный менеджмент./ Автор-составитель И.Н.Кузнецов.- М.: Весь Мир, 2007. – 178 с.
 10. Коэн, Дж.Л., Арато, Э. Гражданское общество и политическая теория / Дж.Л. Коэн, Э. Арато. – М.: Весь Мир, 2004. - 204 с.
 11. Красникова, Е. А. Этика и психология профессиональной деятельности/ Е.А.Красникова. - М.: ИНФРА – М, 2005. – 255 с.
 12. Петрунин, Ю.Ю., Борисов, В.К. Этика бизнеса: учеб. пособие. – 2-е изд/ Ю.Ю.Петрунин, В.К.Борисов. – М.: КНОРУС, 2004. – 245 с.
 13. Степнов, П. П. Этические нормы государственных служащих (Социально-философский аспект) / П.П.Степнов. - СПб.: Питер, 2008. – 134 с.
 14. Холопова, Т.И., Лебедева М.М. Протокол и этикет для деловых людей / Т.И.Холопова, М.М.Лебедева. – М.: ИНФРА– М, 2005. – 177 с.
 15. Честар, Д. Деловой этикет: Паблик рилейшнз / Пер. с англ. Л.Бесковой / Д.Честар. – М.: Фаир, 2007. – 198 с.

Подписано в печать 6.03.2014.	Усл. печ. л. 1,1	Тираж	экз.
Печать офсетная.	Бумага писчая.	Заказ №	_____.

Отпечатано: РИО ВоГУ, г. Вологда, ул. Ленина, 15