

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

Київський національний університет будівництва і
архітектури

ДІЛОВЕ СПІЛКУВАННЯ І ПРОТОКОЛ:
фаховий лексичний мінімум для здобувачів ступеня вищої
освіти «Бакалавр» усіх спеціальностей

Київ 2024

УДК 808

Укладачі: Сметанська М.І., канд. філол. наук, доцент
Маковій М.Г., канд. філол. наук, доцент
Рєпіна І.Ю., доцент
Плотникова Л.Ф., доцент
Жовнір О.М., ст. викладач

Рецензент: С.М. Бернацька., канд. філол. наук, доцент

Затверджено на засіданні кафедри мовної підготовки і комунікації,
Протокол №7 від 20 травня 2024 року.

Ділове спілкування і протокол: фаховий лексичний мінімум для здобувачів ступеня вищої освіти «Бакалавр» усіх спеціальностей. Уклад.: М.І. Сметанська, М.Г. Маковій, І.Ю. Рєпіна, Л.Ф. Плотникова, О.М. Жовнір. – Київ: ЦП «КОМПРИНТ», 2024. - 72 с.

Містить фаховий лексичний мінімум з метою підготовки до модульного контролю з курсу «Ділове спілкування і протокол».

Призначено для здобувачів ступеня вищої освіти усіх спеціальностей денної та заочної форм навчання.

Загальні положення

Фаховий лексичний мінімум до курсу „Ділове спілкування і протокол“ складений для практичних занять та самостійної роботи здобувачів освіти денної та заочної форм навчання усіх спеціальностей.

Метою методичної роботи є зосередження уваги студентів на найважливіших поняттях щодо формування етично-комунікативної компетентності, на засвоєнні ними елементів культури ділового спілкування. Ознайомлення зі змістом забезпечить отримання довідкової інформації щодо курсу, сприятиме розвитку креативних здібностей майбутніх фахівців у підготовці до самореалізації та до здатності втілювати в життя індивідуальні професійні програми.

Поданий лексичний матеріал може бути використаний у підготовці до практичних занять та контрольних робіт, а також для самостійної роботи здобувачів освіти.

Навчальний курс „Ділове спілкування і протокол“ складається з трьох модулів. Кожен з модулів складається з лекційної та семінарської частин:

Модуль 1. Засвоєння студентами етичних норм та психологічних механізмів ділового спілкування за допомогою вербальних і невербальних засобів.

Модуль 2. Оволодіння майбутніми фахівцями теоретичними знаннями та практичними навичками поведінки в межах колективу, а також у ділових стосунках з вітчизняними та іноземними партнерами.

Модуль 3. Набуття студентами навичок етично-комунікативної компетентності у виконанні вимог протоколу в процесі ділового спілкування.

Загальний обсяг курсу: 3 кредити ЄКТС, 90 годин.

Програма курсу сформована з урахуванням положень Методичних рекомендацій, створених у рамках Проєкту сприяння академічній доброчесності в Україні (SAIUP), що адмініструється Американськими Радами з міжнародної освіти за сприяння МОН України та підтримки Посольства США в Україні.

А

- Авторитаризм** (франц. autoritarisme, від лат. autoritas – вплив, влада) – одна із форм догматизму в обґрунтуванні моралі, що виявляється в тлумаченні моральних вимог. Авторитаризм передбачає сліпе виконання людьми моральних приписів навіть без розуміння їх смислу.
- Авторитарний стиль ділового спілкування** синоніми - вольовий, автократичний. Такий стиль базується на жорсткому способі ведення переговорів, недопущенні ініціативи співрозмовника. При авторитарному стилі у діловому спілкуванні відбувається виразний поділ на ведучого і веденого у переговорному процесі. Таке спілкування часто виявляється непродуктивним.
- Авторитарний стиль керівництва** (authoritative style of management) – директивний, вольовий стиль керівництва. Баується на жорсткому способі управління, недопущенні ініціативи підлеглих, у тотальному контролі. Відбувається домінування того, хто віддає команди, над тими, хто зобов'язаний їх виконувати.
- Авторитет** (лат. autoritas – вплив, влада) – популярна особа (група людей або організація), що користується повагою, довірою інших людей у тій чи іншій сфері життєдіяльності чи й у суспільному житті загалом і здатна впливати на їхні погляди і поведінку. Авторитет - це також загально визнаний вплив окремої людини, колективу, організації у різних сферах суспільного життя, що ґрунтується на знаннях, високих моральних якостях, досвіді.
- Адаптація** (adaptation) – процес активного пристосування особистості або соціальної групи до соціального середовища. Соціальна адаптація виявляється в

інтеграції індивіда в суспільство, в результаті якого відбувається формування його самосвідомості і рольової поведінки, здатності до самоконтролю.

Адміністративна етика

(нім. *administrieren* – керувати, від лат. *administrare* – керувати) – вивчає і розробляє моральні аспекти діяльності державних службовців і керівників. Це вид професійної етики, наука про застосування моральних принципів і норм щодо діяльності і поведінки посадових осіб в апаратних структурах державної влади і місцевого самоврядування, дотримуючись яких керівник чи державний службовець визначає моральні стандарти до виниклих в установі проблем, самостійно аналізує ці стандарти і несе особисту відповідальність за прийняті рішення.

Актуалізатор

(*actualization*) – людина, яка прислуховується до інших і враховує їхні інтереси, прагне до самоактуалізації та унікальності. Вона чесна у своїх думках і діях. Це людина, яка поважає гідність інших, переконливо передає свої думки і бажання, добре ставиться до інших людей і допомагає їм знайти власний шлях розвитку.

Актуалізація

(*actualization*) – повага до інших людей, врахування їхніх інтересів, прагнення до реалізації унікальності кожної людини. Це спосіб (система способів), в основі якого лежить співробітництво, повага до себе та до інших, намагання вирішити проблему на основі об'єктивності та взаємної вигоди сторін спілкування.

Альтруїзм

(франц. *altruisme*, від *alter* – інший) – моральний принцип, згідно з яким благо іншого морально є більш значущим, ніж особисте “Я” та особисте благо; принцип, що полягає у співчутті до інших

людей, безкорисливому служінні їм, у готовності жертвувати для їхнього блага власними інтересами - до самозречення.

Б

- Безтактність** - це негативна моральна якість людини, яка свідомо і демонстративно нехтує загальноприйнятими нормами поведінки чи навіть зневажає їх. У діловому спілкуванні безтактність проявляється у невмінні людини контролювати свою поведінку й управляти емоціями. Безтактність може виявитись у фамільярності, невмінні вислуховувати співрозмовника, нездатності правильно реагувати на почуте, спеціально чи несвідомо порушувати певну дистанцію спілкування, що існує між людьми різного віку, статі, соціального статусу.
- Бесіда** – це усна форма ділового спілкування з метою обміну думками, інформацією, оцінюванням проблем між двома чи кількома співрозмовниками. У відповідь на повідомлення однієї сторони, як правило, з'являється зауваження, заперечення, контраргументи іншої сторони. Успішним результатом бесіди є забезпечення взаєморозуміння у співробітництві.
- Бізнес** (business) – справа, заняття, що приносить дохід; підприємницька чи комерційна діяльність.
- Бізнесмен** (businessman) – ділок, комерсант, підприємець, зачинатель справи. Він мусить мати ділові і моральні якості, прогнозувати типові конфлікти та уміти уникати їх.
- Бланк** – макет документа у вигляді паперового аркуша, що містить елементи фірмового стилю або інформацію постійного характеру (накладні, акти, листи,

розпорядження і т.п.); призначений для подальшого заповнення та внесення записів у відведені місця від руки або машинним способом.

В

Ввічливість

- це етична форма взаємин між людьми, що виявляється в уважності, доброзичливості, бажанні добра іншій людині, в коректності, люб'язності, делікатності і тактовності, в готовності зробити послугу тому, хто цього потребує. Ввічливість – це риса характеру, моральна якість, що характеризує поведінку особи, для якої повага до людей стала повсякденною нормою і звичним способом поводження з тими, хто її оточує. Це і дотримання загальноприйнятих правил поведінки, вміння поводитися між людьми відповідно до обставин. Ввічлива людина при спілкуванні завжди буде враховувати вік, стать, соціальний статус партнера. Ввічливість тотожна таким поняттям, як інтелігентність, порядність, толерантність.

Великодушність

– моральна якість, яка виявляється в тому, що гуманне ставлення особи до інших людей навіть дещо перевищує міру загальноприйнятих норм або й виявляється у надто позитивному ставленні до того, хто на це сповна не заслуговує. Прикладом великодушності є гуманне ставлення до переможеного, відмова потерпілого від реалізації права на покарання кривдника тощо.

Вербальна комунікація

(verbal communication) – комунікація за допомогою усної і писемної мови. Основними ознаками мовлення ділової людини мають бути: лексичне багатство, граматична та стилістична грамотність, використання нормативної лексики, вправне застосування словесних етичних норм спілкування.

Відповідальність – категорія етики, що характеризує виконання особистістю свого морального або правового обов'язку, здатність визнати авторство своїх вчинків і прийняти їхні наслідки. Відповідальність виражає свідоме ставлення особи до вимог суспільної необхідності, обов'язків, соціальних завдань, норм і цінностей; означає усвідомлення суті та значення діяльності, її наслідків для суспільства і соціального розвитку, вчинків особи з погляду інтересів суспільства або певної групи.

Взаємодопомога – діяльність індивідів, спрямована на взаємну підтримку з метою виживання і збереження групи людей, об'єднаних спільними завданнями, роботою, діяльністю. Стосунки взаємодопомоги ґрунтуються на основі спільних інтересів і цілей. Колективи, групи людей надають не тільки практичну допомогу, а й емоційну, зокрема в ситуації, коли член групи прагне позбутися почуття песимізму, ізоляції, самотності, незрозуміння людей, які його оточують.

Взаємоповага - дотримання ділового протоколу, свідчення поваги до країни, національних особливостей, місцевих звичаїв, до партнерів у ділових стосунках. Атмосфера довіри і підтримки в колективі спонукає людину до прагнення взаємно виявляти толерантність у ставленні до колег, до партнерів у діловому спілкуванні.

Взаєморозуміння (mutual understanding) – це таке розшифрування партнерами повідомлень і дій одне одного, яке відповідає важливому значенню з погляду обох сторін. Це сфера людських взаємин, де тісно переплітаються пізнавальні процеси та емоції, соціально-психологічні правила та етичні норми, розуміння іншого як особистості з її потребами, інтересами, установками, переживаннями,

досягненнями і недоліками, з її бажанням виглядати гідно та привабливо в очах інших.

Види візитних карток

стандартна картка містить прізвище, ім'я, по батькові, назву посади, назву установи, службовий телефон, телефон секретаріату, іноді вказується і домашній чи особистий мобільний телефон. Візитна картка може виконувати в окремих ситуаціях функцію листа. Вказані на картці літери латинського алфавіту мають такі значення: P.F. (pour féliciter) - щоб привітати; P.R. (pour remercier) - з подякою; P.P. (pour presenter) - щоб представити; P.P.C. (pour prendre conde) – щоб попрощатися.

Види ділових листів

лист-повідомлення, лист-звернення, лист-прохання, лист-вимога, лист-запит, лист-нагадування, лист-подяка. Мета написання кожного із поданих видів легко визначається із перерахованих назв.

Види ділових прийомів (прийняттів) за протоколом

„Сніданок” – денний вид прийому; розпочинається о 12.30 і продовжується до 13.30. На сніданок чоловіки запрошуються з дружинами. Подають на сніданок одну-дві холодні закуски, одну рибну або одну м'ясну страву, десерт. Після закінчення сніданку подаються чай, кава, пропонуються коньяк і лікер. Форма одягу – повсякденний костюм або сукня, якщо форма одягу спеціально не вказується у запрошенні.

„Обід” – вечірній вид прийому. Вважається найпочеснішим серед інших видів, а тому має більш офіційний та урочистий характер. Як правило, він розпочинається о 20 або 20.30. Обід триває дві-три години. Меню прийому-обіду підпорядковується національним традиціям і зазвичай включає: одну-дві холодні закуски, одну гарячу закуску (рибну, м'ясну, з овочів чи грибів), суп, гарячу рибну, м'ясну страву чи страву з птиці,

десерт з одного чи двох найменувань. За урочисто сервірованим столом гості сидять приблизно одну годину, решту часу перебувають у вітальні, де ведуться бесіди; туди подають каву, чай. Часто обід передбачає спеціальну форму одягу (смокінг або фрак – для чоловіків, вечірню сукню – для жінок), про що вказується у запрошенні.

„Вечеря” – вечірній вид прийому; розпочинається о 21 годині і пізніше. Від обіду відрізняється лише часом початку. Меню і вина прийому-вечері відрізняються обіду тільки відсутністю супів. Прийом влаштовується безпосередньо після завершення вистави, концерту, відвідування виставки тощо. Такий прийом обслуговують тільки офіціанти-чоловіки у смокінгах чи фраках. Форма одягу для гостей заздалегідь вказується в запрошенні – чорний костюм, смокінг або фрак для чоловіків, вечірня сукня для жінок.

„Шведський стіл” (``Обід-буфет``) - вид прийому, що носить менш офіційний характер, ніж обід чи вечеря. Як і на фуршетному прийомі, сервірується окремий стіл із закусками, напоями. Гості підходять до столу, беруть серветку і, поклавши на неї тарілку із загорнутими в серветку ножем і виделкою, вибирають їжу. “Шведський стіл”, на відміну від “фуршету”, передбачає розміщення гостей в залі або в інших кімнатах за невеликими столиками на 4 – 5 осіб. Столики прикрашають квітами, свічками і сервірують столовими приборами. Напої розносять офіціанти. Такі прийоми організують після концерту, у перерві танцювального чи літературного вечора тощо.

„Фуршет” – вид вечірнього прийому; розпочинається між 17 і 18 годинами і триває близько двох годин. Влаштовується з нагоди

національного свята, презентації послів, ювілейних дат тощо. Деякою мірою даний прийом нагадує “шведський стіл”, але страви “скромніші”, час цього прийому гості проводять стоячи, кількість запрошених гостей більша. Меню дуже різноманітне: сири різних сортів, широкий асортимент холодних страв та закусок, гарячих закусок та гарячих страв з гарніром та без нього, десерт. Організують бар із розмаїттям напоїв. З метою підкреслити особливу урочистість прийому перед його закінченням можна подати морозиво, шампанське, каву. Етикет “фуршету” передбачає спілкування з декількома партнерами, знайомство з новими людьми. Форма одягу – повсякденна (костюм або сукня), але з метою посилення урочистості прийому запрошеним може бути запропонована особлива форма одягу, про що зазначається у запрошенні.

„Коктейль” – вечірній вид прийому; відбувається у такий же час, що і “фуршет” (між 17 і 18 годинами). Його організують зазвичай для учасників міжнародних симпозіумів, конференцій, нарад тощо. Під час такого прийому гості їдять і п’ють стоячи; офіціанти розносять закуски на фарфорових блюдах, чарки і келихи з напоями – на підносах. Тарілки і столові прибори при обслуговуванні коктейлів не передбачаються, а замість виделок гості використовують дерев’яні або пластмасові шпажки. Закуси подаються у вигляді канапе – невеликих бутербродів, нарізаних у вигляді ромбів, квадратів, кружечків і т. п., а також воловани або тарталетки з салатом, з рибним, м’ясним або із птиці паштетом, з ікрою, половинки варених яєць, фаршированих ікрою, і под. Можлива також подача гарячих страв у вигляді невеликих котлеток, мінісосисок, кебабів, шашличків. На десерт подають асорті тістечок, яблука в тісті, заздалегідь

очищені від серцевини і розділені на частинки фрукти. І закуски, і десерт мають бути дрібнопорціонованими. Шампанське пропонують при подачі десерту після морозива. Форма одягу – повсякденний костюм або сукня.

„Чай / Кава” – прийом між 17.00 і 20.00, який влаштовується, як правило, тільки для жінок з приводу днів народження, різних урочистих ювілеїв. Для чаю використовується красивий чайний чи кавовий посуд, десертні тарілки, розетки, вазочки для варення, вази для квітів, фруктів, кондитерських виробів. Накриваються один або кілька столів, подаються кондитерські та булочні вироби, десертні і сухі вина, соки, мінеральна вода. Закуси (канапе з ікрою, рибою, сиром) подаються за чаєм рідко, а якщо і подаються, то у невеликій кількості. Тривалість цього прийому 1- 2 години.

„Жур-фікс” – жіночий вид прийому. У перекладі з французької – фіксований день. Запрошення на прийом тільки жінок визначає проблеми і теми розмови – чисто жіночі. Своєрідність “жур-фіксу” у близькому спілкуванні, отриманні певної інформації та милих жіночих “плітках”. Влаштовується регулярно, у певний день тижня о певній годині. Особливо популярний даний прийом в колі дружин високопоставлених урядовців і дипломатичних працівників. За часом проведення та частуванням “жур-фікс” не відрізняється від “чаю”. Інколи такі прийоми проводяться як музичні та літературні вечори. Залежно від обраного часу цей прийом може відноситися або до денних, або до вечірніх.

„Келих шампанського” або **„Келих вина”** – прийом, під час якого зазвичай подають шампанське, вино чи соки, але можлива подача віскі

чи горілки. Розпочинаються прийоми о 12-й годині і закінчуються о 13-й. Для легкої закуски можна подавати сир, оливки, канапе, бутерброди, пиріжки, горішки, фрукти, цукати, цукерки, чай чи каву в широкому асортименті. Прийом відбувається без розсаджування за столи, гості пригощаються стоячи. Форма одягу – повсякденний костюм чи сукня.

„Барбекю” – прийом, який влаштовується на свіжому повітрі: на дачі, за містом. Поки відбувається приготування м'яса (смажаться на решітці шматочки м'яса чи готується на шампурах шашлик), гості спілкуються, відпочивають на свіжому повітрі. В цей час пропонуються напої (пиво, вино, соки). М'ясо сервірується з різними видами кетчупів, до нього додаються відварені чи запечені овочі. Форма одягу – найбільш демократична, навіть шорти, джинси.

„Пікнік” – прийом, який відрізняється від “барбекю” тим, що страви готуються заздалегідь та запаковуються у кошики чи коробки. На “пікніку” може використовуватися справжній або пластиковий посуд. Меню такого виду прийому може бути різноманітним: закуска (свіжі та консервовані овочі, салати, паштети, “нарізка” з ковбаси, сиру, м'яса та ін.), смажена птиця чи інше м'ясо, десерт (фрукти, тістечка). Може бути також холодний чи гарячий суп, який привозять в термосі. Пікнік проводиться в теплу пору року, тому одяг – легкий, літній.

„Банкет” (banquet) – один із видів прийому (прийняття). Це урочистий званий сніданок, обід або вечеря, які проводять на честь певної особи чи події - у зв'язку з важливим ювілеєм, національним святом, підписанням міжнародної угоди, прийомом

дипломатичних представників тощо. При замовленні банкету метрдотелеві повідомляють програму, кількість запрошених гостей, а відповідно до цього висловлюють побажання щодо оформлення залу, музичного супроводу, меню, порядку проведення свята та ін.

„Раут“ – святковий званий вечір; часто має політичне значення. Запрошується вітчизняна та іноземна політична, ділова, мистецька, наукова еліта суспільства. Організатори раутів можуть бути в національному вбранні, у залі для учасників рауту бажано розмістити національну символіку. Пригощання зазвичай відбувається без розсаджування за столи, щоб гості могли вільно рухатися і спілкуватися. Меню, як і на прийомі-фуршеті, дуже різноманітне. Бажано врахувати наявність національних страв та напоїв тих країн, представники яких будуть присутні на рауті.

Види ділового спілкування

- усне і письмове; діалогічне і монологічне; міжособистісне і публічне; безпосереднє і опосередковане; контактне і дистанційне.

Види етикету

- придворний, військовий, дипломатичний, загально-громадянський і діловий (службовий).

Вимогливість

– високий рівень вимог до поведінки і діяльності людей, самого себе чи умов життя. Необхідною умовою вимогливості є визнання відповідальності за свою діяльність та поведінку того (тих), кому ставлять вимогу. Про вимогливість до людей мова йде тоді, коли говорять про дотримання норм співжиття і співпраці в колективі; про самовимогливість – коли йдеться про особистість, її становлення і самовдосконалення.

Витримка

– позитивна моральна якість, в якій виявляється одна із граней самовладання людини; уміння і звичка контролювати свою поведінку, володіти собою, своїми рухами, своїм мовленням, утримуватися від дій, які усвідомлюються як неадекватні з прагматичних, моральних чи будь-яких інших міркувань. Мати витримку означає уміти підпорядковувати свої дії досягненню поставленої мети, бути здатним переборювати труднощі, здійснювати контроль над своїми емоціями.

Візитівка

- один із атрибутів ділової людини, важливий у сфері ділових стосунків. Візитна картка дає інформацію про прізвище, ім'я, по батькові власника, його посаду, найменування та адресу установи, в якій працює власник візитівки, номер його робочого, а при необхідності і домашнього чи мобільного телефону. Виготовляється візитна картка з цупкого паперу високої якості. Папір має бути білим або світлим відтінків. Текст повинен бути простим, легким для читання. Практичне значення візитівок полягає в тому, що вони сприяють створенню і збереженню іміджу ділової людини та іміджу організації (фірми). Візитівки широко використовуються керівниками установ чи підрозділів, бізнесменами, політичними діячами, журналістами.

Влада

(authority) – здатність і можливість здійснювати певний вплив на діяльність, поведінку людей за допомогою різних засобів – волі, права, авторитету, навіть насилля.

Вольовий процес

(will process) – психічний процес свідомої і цілеспрямованої регуляції людиною своєї діяльності та поведінки з метою досягнення бажаної мети.

Воля

– свідомо спрямованість на досягнення мети, що переходить з можливості в дійсність на енергетичній основі несвідомого. Залежно від мети і способу її досягнення воля стає моральною або аморальною; це пояснюється органічністю таких словосполучень в українській мові, як «добра воля» чи «зла воля».

Г

Гідність

– особливе моральне ставлення людини до себе, що виявляється в усвідомленні нею своєї самоцінності й моральної рівності з іншими людьми; ставлення до людини інших людей, в якому визнається безумовна цінність цієї людини. Це моральне ставлення до самого себе, внутрішнє самовизначення і самоповага. Гідність людини передбачає її вміння виходити зі складних ситуацій в ділових стосунках (ділових переговорах), вміння з гідністю представляти свій народ, країну, організацію (фірму), почуття власної гідності, честі, здатність відстояти власні інтереси, власну точку зору.

Гордість

– моральне почуття, в якому відображається висока оцінка людиною своїх досягнень і заслуг або заслуг сім'ї, колективу, народу, з яким вона себе ідентифікує, осягається відповідність цих досягнень високим стандартам, ідеалу. Орієнтуючи людину на високі ідеали, почуття гордості виконує регулятивну функцію. Як прояв самосвідомості особистості воно є формою осягнення і переживання нею своєї власної гідності і честі, самодостатності і суверенності. Почуття гордості, з одного боку, є певним підсумком, результатом діяльності, нагородою за успіхи, а з іншого - воно є певним початком, оскільки стимулює людину до нових актів творчої високоморальної діяльності і

поведінки, допомагає долати труднощі, негаразди, болі.

Громадська думка – форма масової свідомості, в якій явно чи приховано виявляється ставлення різних груп людей (а відтак - із сукупністю багатьох індивідуальних думок) до подій і процесів реального життя, які зачіпають їхні інтереси та потреби. Громадська думка виражається публічно і впливає в більшій чи меншій мірі на функціонування суспільства та на погляди, поведінку і діяльність окремих членів відповідної спільноти. Можливість публічного висловлення населення з актуальних проблем суспільного життя і вплив висловленої вголос позиції на стан моральності відповідної спільноти і суспільно-політичних відносин відображає сутність громадської думки як специфічного соціального інституту.

Група (group) – сукупність людей, об'єднаних загальними інтересами, професією, діяльністю.

Групова динаміка (group dynamics) – соціальний процес взаємодії індивідів в малих групах.

Групова згуртованість (group solidarity) – процес групової динаміки, який характеризує міру (ступінь) прихильності до групи належних до неї осіб.

Групова норма (group norm) – сукупність правил і вимог, вироблених реальною спільністю, яка функціонує і є важливим засобом регулювання поведінки осіб групи, характеру їхніх взаємин, взаємодії, взаємовпливу і спілкування.

Груповий конфлікт (group conflict) – стан дезорганізації, порушення рівноваги в групі.

Гуманізм

(лат. humanus (людяний) від homo – людина) – сукупність поглядів, які виражають ставлення до людини як до найвищої цінності, визнають її гідність і права на свободу, щастя, всебічний розвиток і прояв своїх здібностей. У тоталітарних державах людина сама по собі не цінується. Ставлення до неї визначається її ставленням до влади, її ідеології. Гуманізм – це демократична і етична життєва позиція, яка стверджує, що кожна особистість має право і обов'язок визначати сенс і форму свого життя.

Д

Дебати

(фр. debat) — різновид усної публічної дискусії, кожна із сторін якої спрямовує свої зусилля на переконання у власній правоті інших учасників. В процесі підготовки до дебатів потенційний учасник мусить підготуватися: ретельно опрацювати матеріал щодо теми дискусії, записати аргументами і доказами для ефективного відстоювання власної точки зору.

Делегування

(delegation) – призначення робочих завдань, повноважень та обов'язків співробітникам організації.

Демократичний стиль ділового спілкування

– базується на взаєморозумінні партнерів у вирішенні питань. В процесі прийняття рішень неодмінно враховуються пропозиції співрозмовника. Це сприяє налаштуванню дружніх стосунків, а відтак зазвичай забезпечує успіх у вирішенні справ, призводить до досягнення бажаних результатів.

| | |
|--|--|
| Демократичний стиль керівництва | (democratic style of management) – стиль базується на колегіальності прийняття рішень, врахуванні думок і побажань підлеглих, на передачі керівником частини повноважень підлеглим. Демократичний стиль керівництва – це стиль заохочення до ініціативи у роботі якнайбільшої кількості членів колективу. |
| Динаміка конфлікту | (dynamics of the conflict) – послідовна зміна стадій та етапів, які характеризують процес розгортання конфлікту від виникнення конфліктної ситуації і до її поступового позитивного вирішення. |
| Дипломатичний протокол | використовується у міжнародних стосунках. Це сукупність правил, традицій, яких дотримуються в усіх країнах. Дипломатичний протокол є складовою дипломатії та формою, яка створює відповідні умови співробітництва між державами, урядами на основі миру, взаємоповаги, дружби. |
| Дискусія | - форма колективного обговорення, мета якої – виявити істину через зіставлення різних поглядів, знайти правильне розв'язання проблеми. Це публічний діалог, в процесі якого виявляються і протиставляються різні точки зору, позиції. Метою дискусії є вияв істинної думки, пошук правильного рішення. Дискусія є часто необхідним елементом ділової наради, тому менеджер, який готує таку нараду, повинен володіти технікою організації проведення цієї форми спілкування. |
| Дисципліна | (лат. disciplina – вчення, виховання, розпорядок) – це твердо встановлений, обов'язковий порядок поведінки членів трудового колективу, громадян, діяльності організації, що відповідає нормам права і моралі суспільства та особливостям вимог певної організації. |

- Діалог** - це один із видів усного ділового спілкування, спосіб відкритості людини світу у бесіді або дискусії, який у своїх розвинених формах може ставати пошуком і отриманням істини.
- Ділова бесіда** (business conversation) – це усний вид міжособистісного ділового, службового спілкування, що передбачає обмін інформацією, поглядами, думками і спрямований на вирішення певної проблеми. Це розмова двох чи більше осіб, яку ретельно підготовлено. Її метою є формування перспективних заходів, підтримання ділових контактів, стимулювання дій у новому напрямку, роз'яснення проблем, що існують, та спрямування на вирішення цих проблем. Завдання при прийнятті рішень: досягнути основної чи альтернативної мети; створити сприятливу атмосферу для продовження контактів у подальшій співпраці; стимулювати співрозмовника до дії.
- Ділова кореспонденція** – це написаний з дотриманням юридичних положень, етичних норм, правил мови (графіки, орфографії, пунктуації) діловий текст.
- Ділова нарада** – це усний вид ділового спілкування, що полягає у спільному обговоренні важливих питань та прийнятті рішень усіма членами колективу або ж делегованими представниками окремих підрозділів. Це найефективніша форма колективного обговорення питань фахівцями з подальшим прийняттям рішень. В цьому виді спілкування поєднуються різні жанри: ораторський монолог (слово ведучого, виступи учасників, доповіді); діалог (обмін інформацією); дискусія. Оптимальна кількість учасників наради 10-12 осіб. Оптимальна тривалість спільної розумової діяльності великої кількості людей – 40-45 хвилин.

- Діловий етикет** (business etiquette) – норми, які регулюють стиль роботи, манеру поведінки і спілкування при вирішенні ділових проблем; це встановлений порядок і норми взаємовідносин членів колективу з керівництвом, у стосунках між колегами, партнерами, клієнтами.
- Діловий лист** (business letter) – документ, виготовлений у паперовому чи електронному варіанті; використовується для зв'язку, передавання інформації на відстані між кореспондентами - юридичними або фізичними особами.
- Діловий протокол** (business minutes) – правила, що регламентують порядок зустрічей і проводів делегацій, проведення бесід і переговорів, організацію прийомів, форму одягу, ведення ділового листування, підписання договорів, угод, контрактів.
- Ділові перемовини** – це обговорення кількома зацікавленими сторонами певного питання для з'ясування позицій сторін або підписання угоди.
- Ділове листування** – найпоширеніший вид документації, призначений для встановлення офіційних, службових контактів між підприємствами, організаціями, установами, фірмами та закладами. Метою ділового листування є пояснити, переконати, проінформувати і спонукати адресата до певної дії.
- Ділове спілкування** (business communication) – спілкування, метою якого є організація і оптимізація виробничої, наукової, комерційної чи іншої діяльності, де на першому місці стоять інтереси справи, а не конкретних співрозмовників.

**Ділові прийоми
(прийняття)**

(business official reception) – зібрання запрошених осіб, яким створюють комфортні умови для спілкування, знайомства, ритуальних процесів та церемоній, відпочинку. Влаштовуються прийоми у зв'язку із завершенням переговорів, річницею якої-небудь видатної події, на честь прибулої на фірму делегації чи високого гостя, а також у запланованому порядку. Прийоми мають діловий характер, проводяться з метою поглиблення і розширення ділових контактів, продовження переговорів.

Діловодство

(clerical work; office work) – сукупність операцій щодо створення, приймання, реєстрації, візування, підписання, затвердження, розмноження, передавання, відправлення, контролю, зберігання службової кореспонденції.

Довіра

(trust) – морально-психологічна категорія, яка виявляє ставлення до дій особи. Довіра ґрунтується на переконаності, що діє ця особа правильно, що їй притаманні сумлінність і чесність.

Довіра характеризує стосунки людей, які вірять в загальні цінності, ідеали, мають спільний досвід і спільні ідеали. Довіра – це практичне втілення віри у взаємодії людей. У формі довіри віра входить у повсякденність і забарвлює її своєю присутністю.

Довір'я

– ставлення до дій особи (до партнера по договору, керівника, знайомого чи друга), яке ґрунтується на переконанні в її вірності, чесності, добросовісності, щирості. Логічний закон достатньої підстави забороняє вірити на слово. Разом з тим необґрунтоване недовір'я до людини (а тим більше – до людей взагалі) – є негативною моральною якістю.

| | |
|--------------------------------|--|
| Документ | – засіб закріплення різними способами на відповідному матеріалі інформації про факти, події, явища об’єктивної дійсності та розумову і практичну діяльність людини. |
| Дрес-код | - розробляється відповідно до часу та вимог компанії, вважається компонентом її корпоративної культури та важливою частиною іміджу. Дрес-код в офісі поступово змінив своє первісне призначення і перетворився в самостійний напрям сучасної стилістики. Проте ідеальний костюм та краватка не можуть гарантувати успіх, коли відсутні гарні манери. |
| Духовність і душевність | – глибинні стратегії людського буття, які визначають його трансцендуючий і комунікативний характер, що у своїй єдності складають основу особистості. |

Е

| | |
|-------------------------|---|
| Егоїзм | (selfishness) – морально-психологічна риса особи; полягає в надмірній зосередженості на своєму “я”, замкненості у вузькому світі своєї індивідуальності. Егоїзм – це світоглядний принцип, згідно з яким головною життєвою цінністю є інтереси і потреби окремої людини. На відміну від персоналізму, згідно з яким особа налаштована до конструктивної співпраці на основі поваги до ближнього, егоїзм наполягає на домінанті інтересів індивідуума над інтересами інших людей. Егоїзму протистоїть альтруїзм. |
| Економічна етика | (economical ethics) – розділ науки, що визначає методи і форми досягнення етично виправданих економічних цілей. |

Електронна пошта (англ. E-mail, або email, скорочення від electronic mail) — популярний сервіс в Інтернеті, що робить можливим обмін даними будь якого змісту (текстові документи, аудіо, відеофайли, архіви, програми).

Електронний лист – повідомлення, яке передають електронною поштою. E-mail – електронна пошта (англ. email, e mail, від англ. elec tronic mail) — технологія передачі й отримання електронних повідомлень («листи» або «електронні листи») розподіленою (зокрема глобальною) комп'ютерною мережею.

Емоції (emotions) – це особливий клас психічних явищ, що відображає у формі безпосереднього, швидкоплинного переживання важливість для життєдіяльності індивіда певних явищ і ситуацій, які діють на нього.

Емоційні процеси (emotional processes) – специфічна форма психічного відображення суб'єктивного ставлення людини до предметів або явищ у формі безпосереднього переживання - приємного чи неприємного.

Емоційно-комунікативна функція ділового спілкування – належить до емоційної сфери людини. Під час спілкування виникає і виявляється розмаїття людських емоцій та почуттів. Учасникам ділового спілкування варто враховувати емоційний стан співрозмовника, намагатись бути з ним „на одній хвилі“.

Емпатія (грец. empathea — співпереживання) — здатність особи розуміти переживання іншої особи (зокрема, за мімікою) і співпереживати їй у процесі міжособистісних стосунків; обов'язковий компонент комунікативних здібностей і повноцінного спілкування, в процесі якого емпатія розвивається. Емпатія може розвиватися тільки за

умови сприйняття внутрішнього світу іншої людини, її прихованих емоцій і смислових відтінків. Тоді й виникає емоційна співзвучність з настроєм і переживаннями іншої людини, здатність всією глибиною своєї душі розуміти (розумом і серцем) цю людину в її інтересах. Певні грані емпатії відображаються в поняттях “уважність”, “співчуття”, “турботливість”. Протилежним до поняття “емпатія“ є “антипатія”.

Етика

(ethics, з грецьк. ethos – норов, звичай, характер) – філософська наука про мораль, яка осмислює, узагальнює, систематизує історичний розвиток моралі, а також історію становлення й розвиток етичних теорій і концепцій. Це система знань про моральність, її сутність та історію розвитку, її роль та місце в житті людини, знань про добро та зло, їх актуалізацію в житті та поведінці людини. Предметом етики є мораль як форма особистісно-суспільної свідомості і моральність, тобто реальні стосунки між людьми, які відповідають чи суперечать принципам добра.

Етика бізнесу

(business ethics) – правила, норми, що регулюють відношення суб’єктів бізнесу.

Етика ділових відносин

(ethics of the business relations) – система знань про моральні аспекти ділових відносин.

Етика ділового спілкування

– це правила, норми, що регулюють відношення між сторонами. Спілкуватися за законами етики означає виявляти чесність, порядність, повагу до партнерів, дотримання даного слова, здатність ефективно функціонувати при виконанні поставлених завдань згідно з діючими законами, встановленими правилами і традиціями.

Етикет (etiquette, з франц. etiquette – встановлений порядок і форми обходження при дворах) – це сукупність правил поведінки, які регулюють зовнішні прояви людських стосунків (ставлення до інших, форми звертання, грамотність мовлення, манери, стиль одягу тощо). Це складова зовнішньої культури окремої людини і суспільства в цілому. Етикет є певною формою церемоніалу, часто - мовою символів.

Етичні норми в менеджменті формування бачення майбутнього; визначення базових цінностей; розробка корпоративного етичного кодексу; створення служби чи призначення працівника з питань етики; створення команди (комітету) оперативного рішення етичних питань.

Етичні принципи ділового спілкування : поважай право приватної власності; люби та поважай людину; будь вірним своєму слову; живи за доходами; будь цілеспрямованим; поважай партнера у ділових стосунках; поважай закони суспільства і владу.

Ж

Жести належать до невербальних засобів спілкування. Це рухи для вираження емоції чи інформації під час розмови, а інколи і замість розмови. Рух людського тіла або його частини, що має певне значення або сенс, є знаком або символом. Жести виражають ставлення людини до співрозмовника, до події, можуть свідчити про бажання або психічний стан людини.

Життєва позиція – загальне, цілісне ставлення людини до оточуючого світу, до людей і самої себе, що виявляється в думках і почуттях, у висловлюваннях, у вчинках та діяльності. Це не тільки здатність, а

й готовність діяти відповідним чином. Життєву позицію по-різному класифікують, обираючи відповідну основу (принцип) класифікації. Її поділяють на активну та пасивну. Людина, яка дотримується активної життєвої позиції, як правило, має багато моральних чеснот. І навпаки, людина, що дотримується пасивної життєвої позиції, має чимало моральних вад.

З

- Завдання ділового спілкування** - розпізнати наміри та індивідуальність партнера; організувати діяльність; забезпечити зворотний зв'язок, надати інформацію про результати цієї діяльності.
- Загальнолюдське** – поняття, яке окреслює те загальне, що властиве для будь-якого представника людського роду. Це морально-ціннісні норми, які роблять можливою плідну комунікацію представників будь-яких рас, вірувань, націй та етносів.
- Задоволеність** (satisfaction) – показник ефективності діяльності, пов'язаний із виконанням спільного завдання та системою міжособистісних відносин.
- Заохочення** (incentive) – матеріальне або моральне стимулювання праці, діяльності людей, розвитку їхньої активної життєвої позиції.
- Засоби ділового спілкування** – лінгвістичні (мовні); паралінгвістичні (голос, діапазон, тональність); оптико-кінетичні (жести, міміка, пантоніміка); екстралінгвістичні (паузи, сміх, темп мовлення); просторово-часові (дистанція, час, місце, ситуація спілкування); технічні (телефон, телекс, факс, засоби інтернету).

- Звертання** – загальноприйнята форма ввічливості. Найпоширенішими в діловому спілкуванні є звертання, в яких перед назвою у кличному відмінку власного імені адресата використовуються епітети: шановний(а), вельмишановний(а), висококошановний(а), високоповажний(а). Прийнятними (а в окремих ситуаціях - і бажаними) у звертаннях є також назви титулів, звань, посад.
- Згуртованість** (cohesion) – ступінь міцності соціально-психологічних зв'язків у групі.
- Здібності** (skills) – індивідуально-психологічні особливості особистості, що є передумовою успішного виконання нею певної діяльності.

I

- Ідеал** – найбільш загальне, універсальне уявлення про благо і належне; образ досконалості у стосунках між людьми. Ідеал окремої особистості - людина як найвищий взірець моральної поведінки. Суспільний ідеал – це такий устрій, що забезпечує можливості для комфортного життя та розвитку кожного члена суспільства.
- Ідентифікація** (лат. identifico) — розпізнання чого-небудь або кого-небудь. У цьому значенні термін використовується в психології загальній, інженерній та юридичній, де це поняття розуміється як процес зіставлення, звірення одного об'єкта з іншим на підставі будь-якої ознаки або властивості, в результаті чого встановлюється їхня подібність або відмінність. Ідентифікація - це дія встановлення ідентичності.

Імідж

(англ. image – образ, престиж, репутація) – враження, яке особистість (бізнесмен, менеджер, політик тощо) або організація (фірма, навчальний заклад тощо) справляють на людей і яке фіксується в їхній свідомості у формі певних емоційно забарвлених стереотипних уявлень. Стосовно окремої людини термін “імідж” передає поняття – візуальна привабливість особи, самопрезентація, конструювання людиною свого образу для сприйняття іншими. Іміджем організації (корпоративний імідж) є віддзеркалення цінностей її діяльності та рівнем сприйняття результатів її роботи окремими особами та суспільством.

Індивідуальні комунікативні бар'єри

- **мотиваційний** – коли партнери по-різному усвідомлюють мету та завдання переговорів;

комунікативний – є результатом нечіткої вимови, неправильного тлумачення слів, свідчить про недостатній досвід одного або ж обох у мовленнєвій вправності;

інтелектуальний – різний рівень знань, освіченості; цей комунікативний бар'єр також проявляється у спілкуванні людей різних професій;

моральний – виникає через відмінності у принципах та етичних нормах поведінки у спілкуванні окремих осіб;

естетичний – виникає через несприйняття зовнішнього вигляду співрозмовника, особливостей міміки, жестів, висоти та тембру голосу, порушення правил дотримання потрібної дистанції при розмові, через вияв фамільярності, зверхності.

Усі ці бар'єри повністю або ж хоч частково можуть бути усунутими шляхом самоконтролю співрозмовників, ретельним попереднім вивченням партнера у майбутньому спілкуванні. Результатом стане взаєморозуміння.

Інтелігентність – якість особистості, що означає домінанту моральних принципів над прагматичними інтересами, висока освіченість, здатність поєднати етичне і естетичне у відношенні до себе і до навколишнього світу.

Інтерв'ю - вид усної ділової бесіди, з якою людина стикається у таких ситуаціях: коли влаштовується на роботу і дає інтерв'ю працедавцеві; коли спілкується з представниками засобів масової інформації.

Інформаційно-комунікативна функція ділового спілкування – це різні форми та засоби обміну і передавання інформації у діловому спілкуванні, завдяки яким стають можливими збагачення досвіду, накопичення знань, оволодіння професійною діяльністю, узгодження дій та забезпечення взаєморозуміння.

Інцидент (incident)– подія, вчинок в результаті активізації діяльності однієї із протидіючих сторін, який зачіпає інтереси іншої сторони, унаслідок чого може виникнути конфлікт.

К

Кар'єризм – гонитва за особистим успіхом у службовій та іншій діяльності шляхом задоволення своїх честолюбних прагнень на шкоду суспільним інтересам чи інтересам інших людей.

Категоричний імператив – фундаментальний концепт етики І. Канта, що означає моральний принцип, який має силу безумовного закону морального буття людини і виражає збіг особистого і загального у цьому бутті.

| | |
|------------------------------------|---|
| Керівник | (leader; manager; chief) – особа, на яку офіційно покладено функції управління організацією, установою, підприємством. |
| Керівництво | (management, administration) – 1) мистецтво впливати на інших для досягнення певної мети; 2) керівник, керівний склад якої-небудь організації. |
| Колектив | (staff) – соціальна група вищого рівня розвитку з певною організаційною структурою, що поєднана цілями спільної корисної для суспільства діяльності і має складну динаміку формальних та неформальних стосунків. Діяльність членів колективу визначається особистісно значимими і соціально визнаними цінностями. |
| Командна робота | (teamwork) – стан, який досягається, коли кожен член групи чітко усвідомлює свої завдання і цілі групи, вносить свій вклад в їх досягнення, підтримує зусилля колег. |
| Комерція | (commerce, trade) – організація торгівлі, торговельні операції, торговельна і торговельно-посередницька діяльність, участь у продажі товарів і послуг; вид підприємницької діяльності. |
| Композиція промови, виступу | (composition) (з лат. composition – складання, створення) – побудова виступу, співвідношення його окремих частин, відношення кожної окремої частини до виступу як єдиного цілого. |
| Компроміс | – уміння керівника досягти успіху, займаючи середню позицію між протистоянням та партнерством. Компроміс характеризується прийняттям (цілковитим чи частковим) точки зору іншої сторони. Позитивним є те, що здатність до компромісу в критичних ситуаціях є цінною. Але такий підхід з часом може призвести до |

незадоволення “половинчастим” рішенням, а відтак до поновлення конфлікту.

Комунікабельність (sociability) – риса особистості, що засвідчує її здатність до компетентного, невимушеного спілкування з іншими людьми; товариськість.

Комуникативна компетентність керівника - одна з найважливіших умов успішності керівника. Визначається умінням приваблювати до себе інших людей, викликати у них симпатію, зацікавлювати їх своєчасною і корисною інформацією, аргументовано переконувати у важливості тих чи інших дій, впливати на інших з метою спрямування їхніх зусиль на виконання поставленої мети, завойовувати та підтримувати своїми діями довіру до себе.

Комунікація (communication) – фундаментальна ознака людської культури, яка полягає у взаємозв’язку, взаємоспілкуванні, взаємодії людей на основі обміну певною інформацією. Основні функції комунікації полягають у досягненні соціальної спільноти при збереженні індивідуальності кожного її елемента.

Консенсус (лат. consensus – згода, одностайність) – збіг думок. Принцип консенсусу – усі учасники наради, конференції тощо одноголосно ухвалюють рішення.

Конфлікт (conflict, з лат. conflictus – зіткнення) – зіткнення протилежно спрямованих, несумісних одна з одною тенденцій у свідомості окремого індивіда, у міжособистісних взаємодіях індивідів або груп людей, пов’язане з гострими негативними емоційними переживаннями. Це особливий вид особистісної взаємодії, в основі якого лежать протилежні і несумісні в певній ситуації цілі,

інтереси, типи поведінки. Цими тенденціями можуть бути розбіжності у поглядах, незгоди, рефлексія, відсутність механізмів взаєморозуміння, емпатія різних думок, потреб, бажань, стилів життя та поведінки, надій, інтересів, наявність особистісних особливостей.

Конфлікт інтересів

Він виникає тоді, коли особисті відносини або дії працівника заважають йому бути об'єктивним у виконанні повсякденних завдань. Нерідко трапляються ситуації, коли між власною вигодою та інтересами компанії обирають першу. Продовжується практика призначення на посади родичів, так зване «кумівство», коли на перший план виходять родинні або особисті зв'язки, а не кваліфікація потенційного працівника.

Конфлікт моральний

(лат. *conflictus* – зіткнення, від *confligo* – борюся) – зіткнення різноспрямованих цілей, інтересів, позицій, думок чи поглядів людей у процесі їх взаємодії, пов'язаних з протиборством мотивів, які потребують морального вибору. Моральний конфлікт виникає і розвивається за умови наявності інциденту, коли сторони конфлікту починають діяти, ущемляючи інтереси одна одної.

Конфліктна ситуація

(*conflict situation*) – виникає внаслідок наявності суперечних позицій сторін, прагнення кожної із сторін до досягнення протилежних цілей. Це є результатом розбіжностей в інтересах, намірах і бажаннях.

Кореспонденція

– це ділове повідомлення, що містить логічно послідовний текст з ретельно дібраними словами, які найточніше передають зміст повідомлення.

| | |
|--------------------------------------|---|
| Корпоративний кодекс | До нього входять такі якості працівника: відданість справі; вдячність; ретельність у ставленні до роботи; відповідальність; старанність; ощадливість; повага до колег; чемність; визнання заслуг членів колективу. |
| Корпоративна культура | (corporate culture) – це система цінностей, переконань, вірувань, уявлень, очікувань, символів, а також ділових принципів, норм поведінки, традицій, ритуалів, які склалися в організації та приймаються більшістю співробітників і визначають загальні рамки поведінки співробітників організації. |
| Культура | (в перекладі з латини – вирощування, виховання, освіта, розвиток, шанування) означає історично визначений рівень розвитку суспільства, творчих сил і здібностей кожної людини. Культура це також високий рівень етичної поведінки. |
| Культура спілкування | (culture of communication) – це сума набутих людиною знань, вмінь та навичок спілкування, які створені, прийняті та реалізуються в конкретному суспільстві на певному етапі його розвитку. Для спілкування учасникам цього процесу важливо точно усвідомлювати кінцевий результат, досконало володіти матеріалом, мати навички для донесення його до співрозмовника, володіти засобами зацікавлення партнера у переговорах. |
| Культура ділового спілкування | – це поєднання правил вербального і невербального ділового спілкування, які регламентують порядок зустрічі делегацій, ведення ділових бесід, переговорів, офіційних і неофіційних заходів. Різновидами культури спілкування у сфері ділових стосунків є культура ділової бесіди і переговорів, dress-code (діловий костюм), культура подарунка, обміну візитівками тощо. Важливим чинником |

культури переговорів є вироблення стратегії переговорного процесу: формування складу делегацій; розв'язання організаційних питань проведення переговорів (час їх проведення, правила розташування учасників за столом і т. п.); культура ознайомлювальної бесіди і культура аргументації. Культура ділового спілкування також передбачає: здобуття довіри співрозмовника; ставлення до нього не як до суперника, а як до довгострокового партнера; обов'язкове володіння зручною для співрозмовника іноземною мовою або ж уміння працювати з перекладачем; опанування мистецтвом компромісу.

Культура управління

(management culture) – комплексна узагальнена характеристика управлінської праці, що відображає її якісні ознаки і особливості. Культура управління передбачає для керівника наявності необхідних знань та спільності поглядів із членами колективу, забезпечення морально-естетичних норм праці, відповідального ставлення до праці, наявності навичок організації праці, уміння володіти собою і розуміти людей, які працюють поруч.

Л

Лист

– це поширений вид документації, один із засобів обміну інформацією. Офіційні листи належать до основних засобів установлення офіційних, службових контактів між підприємствами, організаціями, установами, фірмами та закладами.

Ліберальний стиль ділового спілкування

– (номінальний) стиль керівництва (liberal style of management) – базується на тому, що роль керівника при прийнятті рішень стає номінальною, вказівки не даються, керують підлеглі, діє принцип “своя людина”.

Лідер

(leader, від англ. leader – провідний, керівник) – особистість, що користується визнанням та авторитетом групи і за якою група визнає право приймати рішення про дії у важливих ситуаціях. Лідер має бути організатором діяльності групи і регулювати відносини у групі.

Лицемірство

– негативна моральна якість, що виявляється в поведінці людини, яка прикриває нещирість, лукавство, двоєдушність удаваною щирістю, доброчесністю. Лицеміри діють так з корисливими чи й зловмисними мотивами, наслідком чого є неуспіх чи й страждання інших людей. Протилежними моральними якостями людини (вже позитивними) є чесність, прямота, щирість.

М

Манери

(франц. maniere – спосіб, прийом; характер виконання) – спосіб тримати себе; зовнішні форми поведінки людини. Манери є складовою культури поведінки людини, регулятором якої служить етикет. Вони виявляються в тому, як людина поводить себе, спілкується з іншими людьми; як вона говорить і які вживає при цьому вирази; в її тоні, інтонації, жестах, міміці, ході. Розрізняють позитивні і негативні манери. Прийнятними є форми поведінки людини, які свідчать про дотримання нею “Правил доброго тону”. Це скромність і стриманість, уважність і тактовність при спілкуванні з іншими людьми, уміння контролювати свою поведінку, вчинки. Людина з добрими манерами дбає про свій зовнішній вигляд, охайність, чистоту, толерантно ставиться до поглядів, смаків і манер інших людей, не чваниться своїми шляхетними, витонченими манерами.

| | |
|---------------------------------------|--|
| Маніпулятор | (manipulator) – людина, яка свідомо вдається до всіляких хитрощів, щоб контролювати ситуацію та досягати своєї мети. |
| Маніпуляція | (manipulation) – комунікативний вплив, який веде до створення в іншій людині мотиваційних станів (почуттів, стереотипів), що спонукають його до поведінки, вигідної тому, хто на неї впливає. Це спосіб або система способів, які дають можливість досягнення власної мети без урахування інтересів та іншої сторони. Це спосіб, в основі якого лежить “використання” іншої людини з метою реалізації своїх егоїстичних намірів. |
| Маркетинг | (marketing) – система заходів із вивчення ринку та активного впливу на споживчий попит з метою розширення збуту вироблених товарів, реалізації проєктів. |
| Менеджер | (manager, від англ. – керувати) – управитель, керівник, директор, завідувач, адміністратор, найманий професійний управитель, котрий не є власником компанії. |
| Менеджмент | (management) – управління виробництвом; принципи, методи, засоби і форми управління виробництвом. |
| Методи впорядкування матеріалу | <p>Одним із видів усного ділового спілкування є виступ. У підготовці до виступу слід враховувати мету зібрання, відведений час, склад учасників. Це допоможе обрати правильний метод впорядкування матеріалу.</p> <p>Хронологічний: бажано використовувати при викладенні історичного матеріалу, сюжетної теми.</p> <p>Дедуктивний - від загальних сентенцій до прикладів, фактів, випадків.</p> |

Індуктивний - від викладу окремих фактів, їх аналізу та оцінювання до загальних висновків.

Метод аналогії - передбачає зіставлення явищ з метою перенесення на інший, менш відомий об'єкт; просто пояснити невідоме найлегше, порівнявши його з відомим.

Причинно-наслідковий метод - рух від причини до наслідків.

Методи управління персоналом

(staff management techniques) – сукупність прийомів чи операцій для впливу на колективи та окремих працівників, щоб скоординувати їхню діяльність у процесі функціонування організації. Основні із цих методів - адміністративні, економічні та соціально-психологічні.

Механізми культури ділового спілкування

-вміння застосовувати знання з урахуванням ситуації; комунікативні установки; знання про засади, механізми, стратегії, форми спілкування.

Міміка

(від грец. Mīmikos — наслідуваний, акторський) – один із найважливіших засобів невербального спілкування. Це рухи м'язів обличчя, одна із форм виявлення психічних станів людини (особливо емоційних – радість, захоплення, здивування, сум, гнів тощо). Міміка посідає значне місце в процесі комунікації як додатковий засіб вираження та сприйняття емоційного стану людей, оскільки вона невіддільна від усього складу думок, дій, почуттів людини і є органічним виявом внутрішнього життя.

Місія організації

(mission of organization) – смислова, ціннісна, методологічна основа формування цілей, цінностей, ділових принципів та інших чинників корпоративної культури, яка допомагає співробітникам та навколишньому оточенню визначити та оцінити соціальну роль організації, дозволяє подивитися на організацію зі сторони

суспільства та оцінити її можливий розвиток в довгостроковій перспективі.

Мислення (thinking) – процес опосередкованого та узагальненого відображення свідомістю людини предметів і явищ об'єктивної дійсності в їхніх істотних властивостях, зв'язках і відносинах; вища форма відображення дійсності у психіці.

Моббінг (mobbing) – негативні дії, тиснення. Це переслідування однією людиною або групою, спрямовані проти іншої людини, в результаті якого переслідувана людина відчуває себе ображеною і пригніченою.

Мобільний етикет: переваги та недоліки Ділове спілкування все частіше здійснюється за допомогою спеціалізованих інтернет-програм та месенджерів. Подібні форми спілкування дозволяють швидко вирішувати питання, тому стають все більш популярними. Нові форми — нові помилки: зловживання емодзі та хештегами; використання CapsLock для підкреслення важливості повідомлення; необережність з лайками та репостами, нехтування правилами правопису та розстановкою розділових знаків; безконтрольна розсилка спаму від вашого імені тощо. Найбільш поширеними помилками є текстова переписка під час переговорів; висока гучність рингтону та повідомлень; особисті розмови по телефону в робочий час; нехтування вібродзвінком; кидання слухавки, коли включається автовідповідач; чекання на відповідь більше шести гудків; скидання дзвінка; обговорення ділових питань у неробочий час.

Мова (language) – суспільно зумовлена система словесних знаків, яка слугує засобом вербального спілкування в певному суспільстві.

| | |
|--|--|
| Мовлення | (speech) – процес спілкування засобами мови, мова в дії. |
| Мораль | (франц. morale, від лат. moralis – моральний, від mos (moris) – звичай, воля, закон, властивість) – система поглядів, уявлень, норм, оцінок, що регулюють поведінку людини з точки зору принципового протиставлення добра та зла. Вона спирається не на силу й авторитет установ, що змушували б дотримуватися певних правил, приписів, а на свідомість – як колективну (громадська думка), так і індивідуальну. Попри те вона охоплює всі сфери суспільного буття: ті, що регулюються державою (політика, виробництво, соціальна сфера), і ті, які держава чи громадські організації не регулюють (дружба, любов, товаришування, побут). Зважаючи на те, що правила, норми утворюють ідеальну (нематеріальну) модель належної поведінки людини, є всі підстави вважати мораль свідомістю, точніше однією із форм суспільної свідомості. |
| Моральна культура | (moral culture) – важлива частина існуючої в суспільстві культури, зміст якої включає вироблене віками загальнолюдське уявлення про добро, сумління, обов'язок. Моральна культура людини стимулює поведінку, яка утверджує ці принципи. |
| Моральний вибір | – спосіб реалізації моральної свободи. Це є усвідомлене надання переваги тому чи іншому варіантові поведінки відповідно до особистих або суспільних моральних настанов, що базуються на певних цінностях. |
| Моральний імператив | – засадничий принцип етичної системи, що визначає усі інші принципи етики. |
| Моральні норми ділового етикету | - ввічливість, тактовність, скромність, коректність, благородство, точність. |

| | |
|--------------------------------------|--|
| Моральні принципи | – сукупність правил, за якими особистість живе відповідно до уявлень про добро і зло; вони не дають людині заподіяти підлість, зраду, піти проти совісті. |
| Моральність | (morality) – поведінка, вчинки, якості, ставлення до інших, діяльність людини як результат безпосередньої реалізації моральних ідей, цінностей, принципів, норм і правил. Рівень моральності свідчить про міру людяності суспільства та особистості. |
| Морально-психологічний клімат | (moral and psychological climate) – стійкий емоційно-моральний стан соціальної групи (колективу), що визначає настрій людей, їхнє ставлення один до одного, суспільну думку щодо найважливіших матеріальних і духовних цінностей. |
| Мотивація | (motivation) – сукупність причин психологічного характеру (система мотивів), які зумовлюють поведінку і вчинки людини, їх початок, спрямованість і активність. |

Н

| | |
|-----------------------|--|
| Навіювання | (cast) – це психологічний вплив однієї людини на іншу або на групу людей, що передбачає некритичне сприйняття висловлених думок і волі. Воно є механізмом, який дає змогу вплинути на підсвідоме: настанови, емоційні реакції, очікування тощо. Виокремлюють такі види навіювання на людину: коли вона перебуває в активному стані; під гіпнозом; під час сну. |
| Наполегливість | (persistence) – вольова риса, що полягає у здатності тривало, не знижуючи активності, домагатись |

поставленої мети, незважаючи на труднощі та перешкоди.

Наслідування

(imitation) – особлива форма поведінки людей, що полягає у повному чи частковому відтворенні нею дій, зовнішності, манер поведінки інших осіб. Прикладами є наслідування дітьми дорослих, наслідування дій кумирів та ін.

Наставник

(mentor) – співробітник або інший індивід, який є зразком рольової моделі, ділиться з іншими робітниками цінними порадами відносно виконуваних ролей і стереотипів поведінки. Невербальна комунікація (nonverbal communication) – комунікація за допомогою немовних засобів (жести, міміка, паузи, манери, зовнішність).

Національні символи у діловому спілкуванні

- національний прапор, герб, гімн (славень) є національними символами. У всьому світі вияв поваги до них є обов'язковим. Національний прапор символізує суверенітет і незалежність держави. Розміри співвідношення окремих частин прапора, кольори, символічні зображення наа прапорі повинні відповідати вимогам, зафіксованим у Законах, Конституціях країн. Державний прапор піднімається на флагштоку; оптимальне співвідношення ширини прапора з висотою флагштоку 1:6. Коли одночасно піднімають прапори різних країн, потрібно забезпечити, щоб вони були однакового розміру. Під час міжнародних зустрічей виконуються гімни. В цей час присутні піднімаються зі своїх місць. В деяких країнах під час звучання гімну прийнято прикладати долоню правої руки до серця.

Невербальне спілкування

(nonverbal communication) — комунікація за допомогою немовних засобів. Це вид спілкування, для якого характерне використання невербальної

поведінки і невербальних комунікацій як важливого засобу передавання інформації, організації взаємодії, формування образу, думки про партнера, здійснення впливу на іншу людину.

Невербальні засоби спілкування

- **паралінгвістика** (ритміко-інтонаційна система): висота голосу, гучність, тембр, сила наголосу, темп мовлення;
- **екстралінгвістика** (включення в мовлення різноманітних вкраплень): паузи, заїкання, сміх, глибокі подихи, зітхання, плач;
- **кінесика** : міміка, жести, пантоміміка, хода, візуальний контакт;
- **такесика** (динамічні дотики в різноманітній формі): рукостискання, обійми, похлопування;
- **проксемика** (норми просторової та часової організації спілкування): фізична дистанція, орієнтація у просторі, розміщення при спілкуванні за столом – в ряд, навпроти чи під кутом.

Нововведення

(innovation) – заходи, спрямовані на перетворення будь-яких компонентів у структурі або функціонуванні організації.

О

Об'єкт психології управління

(management psychology object) – організована (індивідуальна і спільна) діяльність об'єднаних спільними інтересами і цілями, симпатіями і цінностями людей, підпорядкованих правилам і нормам організації.

Обмін візитними картками

Основне правило полягає в тому, що свою візитку не рекомендується нав'язувати, а слід вручати її лише за наявності зацікавленості з боку зустрічної сторони. Візитка картка вручається співрозмовнику на початку зустрічі, щоб йому було зручно запам'ятати Ваше ім'я. На дипломатичних

зустрічах прийнято обмінюватися візитками за відповідними рангами. Щоб виявити свою повагу, одержувач зобов'язаний переглянути зміст картки і вголос вимовити ім'я чи ім'я та прізвище власника візитки. Сприятливим для налагодження контакту також буде пересилання Вашої картки діловому партнеру по e-mail або ж залишення її в офісі.

Обов'язок

– це моральне завдання певної особи чи спільноти у конкретних соціальних умовах або ситуаціях, пов'язане з вольовим зусиллям до виконання належних дій. За І.Кантом, обов'язок – це «необхідність здійснення вчинку з поваги до закону». Подібні вчинки виконуються не з примусу, а з власної доброї волі. У повсякденному житті часто згадуються обов'язок лікаря, обов'язок офіцера, обов'язок учителя, обов'язок керівника, обов'язок студента, обов'язок батьків, громадянський обов'язок тощо. У будь-якому разі обов'язок завжди включає усвідомлення власної відповідальності перед іншими людьми, перед суспільством, перед самим собою. Коли в суспільстві втрачаються чи послаблюються почуття обов'язку, тоді деградують майже всі рівні суспільних відносин (професійних, правових, політичних, економічних та ін.), занепадає духовне життя. Усвідомлення обов'язку перебуває у тісній взаємодії з іншими компонентами моральної свідомості – справедливістю, совістю, гідністю.

Одяг ділової людини

Ділове вбрання є невід'ємним компонентом іміджу. При формуванні елементів одягу, доповненні його аксесуарами частково враховуються останні тенденції в моді. Але при цьому одяг ділової людини залишається певною мірою строгим і консервативним. Варто керуватись такими загальними правилами: єдність стилю;

відповідність стилю конкретній ситуації; розумна мінімізація колірної гами; зіставність кольорів у колірній гамі; сумісність фактури матеріалу; зіставність характеру малюнка (якщо такий є) в різних компонентах одягу; відповідність якісного рівня аксесуарів (взуття, сумки, папки, портфелі, прикраси і под.) якості відповідного костюма чи сукні. До аксесуарів, окрім названих, належать також годинники, окуляри, ручки.

On-line

– (англ. online, від англ. on-line — «на лінії», «на зв'язку», «в мережі») — «в режимі підключення». Спочатку цей вислів використовували тільки щодо комунікаційного обладнання для вказівки на режим зв'язку, типовим значенням могло бути «не класти слухавку», тобто телефонний дзвінок у режимі реального часу. Протилежність «on line» - **Off-line** – (англ. offline, «вимкнений від мережі»).

Ораторське мистецтво

- формула мисленнєво-мовленнєвої діяльності, що відповідає сучасним науковим уявленням про механізм комунікативного процесу в його прагматичних аспектах. У діловому спілкуванні популярними і цілком прийнятними є лаконічність, активне використання термінів, чітке формулювання домовленостей та пропозицій. Проте у підготовці до публічного виступу з метою особливої зацікавленості слухачів оратору бажано подавати матеріал у найкращій словесній формі. Це, окрім грамотності та виразності, ще й використання доречних висловлювань видатних людей, літературного чи історичного матеріалу. Не зайвими будуть і такі засоби виразності (тропи), як метафора, епітет, порівняння, гіпербола тощо. Важливою ознакою мовлення оратора є також уміння використовувати трансформацію структури речення, тобто користуватись мовними фігурами. До них

належать інверсії, повтори, анафори, риторичні запитання, питально-відповідальні ходи. Продуктивними для зацікавленості слухача є також деякі невербальні засоби спілкування: жести, міміка, правильна постава, діафрагмальне дихання, яке дає можливість контролювати вимову.

Організаторські здібності (management abilities) – сукупність психологічних рис особистості та типів її темпераменту, необхідних для успішного оволодіння організаторською діяльністю; здатність людини ефективно виконувати завдання та успішно згуртовувати до виконання завдань інших членів групи, колективу, тимчасових формувань.

Організація (organization) – стійка форма об'єднання людей або груп, пов'язаних спільною діяльністю (підприємство, комерційні та некомерційні установи та ін.).

Організаційна культура (organizational culture) – набір правил, допущень, переконань, цінностей і норм, які поділяються всіма членами організації.

Організаційна структура управління (organizational structure of management) – розгалужена система різноманітних ланок (підрозділів, рівнів тощо), між якими формуються і підтримуються зв'язки, що забезпечують злагодженість, погодженість і високу продуктивність спільної праці.

Особистість (personality) – соціально-психологічна сутність людини, яка формується в результаті засвоєння індивідом суспільних форм свідомості і поведінки, суспільно-історичного досвіду людства. Особистістю людина стає під впливом суспільства, виховання в сім'ї, навчання, взаємодії, спілкування тощо. Особистість – ступінь привласнення

людиною соціальної сутності. Особистість – соціальний індивід.

II

- Пам'ять** (memory) – пізнавальний психічний процес сприймання, запам'ятовування, збереження, відтворення і забування індивідом свого досвіду.
- Партнерство** – прагнення керівника отримати позитивний результат, враховуючи не тільки власні інтереси, але й інтереси інших. Партнерство вибудовується на основі довіри та поваги до людей.
- Патріотизм** (грец. patriotes – земляк, співвітчизник) – це любов та відданість своїй Батьківщині, прагнення своїми діями служити її інтересам, готовність іти на жертви в ім'я інтересів свого народу. Патріотизм виявляється в почутті гордості за матеріальні і духовні надбання свого народу, прагненні зберегти самобутність своєї культури, мови, традицій предків.
- Переговори** (negotiation) – це метод усного ділового спілкування, результатом якого є досягнення угоди шляхом ділового партнерства, коли обидві сторони спершу мали як спільні, так і протилежні інтереси.
- Переконання** (persuasion) – це такий спосіб впливу, коли людина звертається до свідомості, почуттів і досвіду іншої людини або групи людей з метою сформувавши у них нові настанови. Цей вплив діє на раціональне та на емоційне в їхній єдності, формує нові погляди, відносини, забезпечує бажаний результат.
- Перцептивно-комунікативна** – виявляється в сприйнятті і пізнанні партнерами в процесі комунікації один одного та встановленні на цій основі взаєморозуміння.

функція ділового спілкування

Повага

– оцінка людиною чи колективом почуття честі і гідності того, на кого спрямована ця оцінка. Вона ґрунтується на визнанні певних (інтелектуальних, моральних, професійних тощо) якостей особи. Повага передбачає справедливе ставлення до людей, визнання рівності їхніх прав на задоволення інтересів, права на свободу, забезпечує чуйність, ввічливість, делікатність, скромність, толерантне ставлення до їхніх переконань, інтересів, прагнень. З повагою несумісні несправедливість, приниження честі і гідності людини, недовіра, грубість.

Повага – це таке ставлення до людини, що реалізує на практиці визнання її людської гідності. Повага повинна наочно підтверджуватися у спілкуванні, до того ж не зводиться до одиничних формальних актів, а створювати цілісну моральну атмосферу спілкування. Кожна людина, яка прагне відчувати повагу до себе, має домагатися її ціною власних зусиль, в яких реалізується потенціал її людяності, високих душевних якостей, власних гуманістичних намірів.

Повага до закону

— це шанобливе ставлення до оточуючих людей і до себе. Саме закон виступає гарантом забезпечення прав і свобод громадян. Інколи спостерігається легковажне ставлення до законодавства. Порушення законів трапляється навіть в елементарних речах: перехід дороги на червоний колір світлофора, паркування автівки на місці, де є дозвіл тільки для водіїв з інвалідністю, вимагання службовцем хабаря тощо. Ні компанії, ні окремі особи не повинні миритися із відмиванням грошей, торгівлею наркотиками чи зброєю, порушувати домовленості з міжнародними партнерами, споживачами своєї продукції чи конкурентами. Цілковита відповідальність та повага до внутрішніх

і міжнародних правових норм є ознакою правового суспільства.

Повідомлення – закодована за допомогою будь-яких символів інформація, призначена для передачі адресату чи адресатам.

Поза – є одним із різновидів невербальної комунікації. Це довільна або навмисна постава людського тіла, яка може свідчити про емоційно-психологічний стан людини, її фізичне здоров'я, манери, налаштованість на співрозмовника.

Позиція (position) – погляди, уявлення, установки особистості відносно умов її життєдіяльності.

Показники культури мови - словниковий склад; словниковий запас; граматична правильність; стилістика мовлення; чіткість вимови.

Порядність - складова ділового протоколу, а також етична характеристика людини, що допомагає їй утримуватися від негативних вчинків: обману, підступності, приниження гідності іншої людини, шахрайства. Порядність – це узагальнена характеристика людей чесних, толерантних, сумлінних у роботі, вихованих, душевних.

Почуття (feelings) – це специфічно людські, узагальнені стійкі переживання, ставлення до потреб, задоволення або незадоволення яких зумовлює позитивні або негативні емоції.

Презентація (від англ. present – представляти) – один з найпоширеніших, цікавих та одночасно ефективних видів подачі відомостей про діяльність, продукцію, технології з використанням аудіо-, фото- та відеоматеріалів. У процесі проведення переговорів

на високому рівні інформацію доцільно подавати у вигляді презентації. Це інформаційний чи рекламний інструмент, що дозволяє переконливо повідомити потрібну інформацію про об'єкт презентації у зручній для одержувача формі.

Пресконференція (від англ. press-conference) – захід для ЗМІ, який проводять у разі, коли є суспільно значуща новина і організація або окрема відома особа, безпосередньо пов'язані з цією новиною, що бажають дати свої коментарі для громадськості. Це зустріч державних, політичних, громадських, наукових та інших діячів з представниками засобів масової інформації для висвітлення питань, які цікавлять широку громадськість.

Прийняття управлінського рішення (decision making) – вольовий акт формування послідовності дій, результатом яких є досягнення конкретної цілі на основі перетворення вихідної інформації.

Прийоми (прийняття) (receptions) – зібрання запрошених гостей, де їм створюють умови для спілкування і знайомства, відпочинку, ритуальних процесій і церемоній. Прийоми мають діловий характер і проводяться з метою поглиблення і розширення ділових контактів, продовження переговорів, здобуття нових партнерів, одержання необхідної інформації, презентації своєї продукції, реклами тощо. Важлива роль на прийомах належить пригощанню, подарункам, сувенірам, обміну візитівками, дотриманню запропонованих форм одягу.

Принципи службового етикету

- пунктуальність (вчасно виконуйте роботу);
- конфіденційність (не говоріть зайвого);
- ввічливість, привітність і доброзичливість; уважне ставлення до оточуючих (турбуйтеся про інших, а не тільки про себе);
- зовнішній вигляд (умійте правильно

одягатися); грамотність (говорить і пишуть гарною мовою).

Принципи сучасного етикету

- гуманізм і людяність, які вимагають бути ввічливим, тактовним, гречним, скромним; доцільність дій, яка дає змогу людині поводитися розумно, просто, зручно; краса поведінки, шляхетності; дотримання звичаїв і традицій тієї країни, в якій перебуває людина.

Причини виникнення конфліктів

У ділових стосунках всередині колективу, а також у спілкуванні з партнерами з інших установ, підприємств, організацій можуть виникати конфліктні ситуації. Для досягнення згоди, а відтак і успішного вирішення проблем варто передусім збагнути причини виникнення конфліктів: відсутність повного розуміння завдань однією зі сторін; порушення принципів справедливості; перекручування інформації; завищена самооцінка партнера; авторитаризм лідера або ж окремої мікрогрупи; некоректне ставлення один до одного.

Просторові зони спілкування

- Перша зона – інтимна (від 15 до 46 см). Цю зону людина найбільше оберігає. У ній можуть знаходитися, крім самого суб'єкта, лише найближчі люди.
- Друга зона – особиста (від 46 до 120 см). У цій зоні люди звичайно розміщуються під час дружніх зустрічей, на вечірках.
- Третя зона – соціальна (від 120 – до 360 см). Цієї відстані люди дотримуються під час міжособистісного спілкування з малознайомими людьми, зокрема на роботі.
- Четверта зона – громадська (понад 360 см). Відстань, на якій бажано знаходитись оратору під час публічного виступу.

| | |
|--|--|
| Протокол | (protocol) – це форма ієрархічного порядку, вияв гарних манер у стосунках між партнерами. Протокол являє собою сукупність правил поведінки, норм і традицій, які регулюють порядок різних церемоній, офіційних та неофіційних зустрічей, форму одягу, правила прийому гостей, ділового спілкування. |
| Протистояння | – залишення керівником за собою командної ролі як щодо підлеглих, так і щодо партнерів, виходячи зі власної мотивації досягнення успіху і бажання впливати на інших. Це може сприяти отриманню позитивних результатів при виконанні поставленого завдання, але людські взаємини при цьому не будуть теплими. |
| Професійна етика | (professional ethics) - сукупність моральних норм, які визначають відношення людини до своєї професії і регулюють відносини людей в трудовій сфері. |
| Професіоналізм управлінської діяльності | (management professionalism) - сукупність загальнотеоретичних, спеціальних управлінських і психологічних знань, умінь і навичок, якими повинен володіти керівник для ефективного її здійснення й корекції. |
| Профпридатність | (professional fitness) - сукупність психічних і психофізіологічних особливостей, наявності спеціальних знань і вмінь людини, необхідних і достатніх для досягнення нею прийнятної ефективності праці. |
| Психічні процеси | (psychical processes) - різні форми єдиного, цілісного відображення суб'єктом об'єктивної дійсності. Розрізняють такі основні види психічних процесів: відчуття, сприймання, пам'ять, уявлення, уява, мислення, мовлення, емоції, почуття, увага, |

воля. Психічні процеси поділяють на пізнавальні, емоційні та вольові.

Психологічний бар'єр

(psychological barrier) - наслідок невідповідності зовнішніх впливів (подразників) внутрішньому «Я» (інтересам, потребам, спрямованості особистості тощо), через що формується негативне ставлення людини до таких «подразників», прагнення захиститися чи дистанціюватися від них.

Публічний виступ

- (public speech) - це усний вид спілкування, який полягає в передачі інформації промовця аудиторії, усне монологічне висловлювання з метою впливу на аудиторію. Найпоширенішою формою публічного виступу є доповідь. Розрізняють політичні, звітні, ділові й наукові доповіді. У сфері ділового спілкування використовуються різні жанри промов: переконувальна, інформаційна, урочиста, привітальна.

Пунктуальність

(лат. punctum - точка) - риса характеру і позитивна моральна якість людини, яка виявляється в надзвичайній акуратності, систематичному дотриманні правил моралі, насамперед правил етикету. Пунктуальною зазвичай називають людину, яка вчасно виконує свої обов'язки, з'являється на зустріч в призначений час. До речі, в різних країнах допускаються різні соціально прийнятні запізнення, які вважаються не надто грубим порушенням правила пунктуальності. У більшості сучасних західних країн запізнення допускаються до 10–20 хв. Проте в деяких країнах (Японія, Німеччина) запізнення вважаються неприпустимими.

Р

Регулятивна функція моралі

- цю функцію моралі здебільшого вважають головною, доводячи, що основний зміст моралі становлять відповідні вимоги (норми, правила, приписи). Саме завдяки їм мораль виконує регулятивну роль. Відомо, що в житті суспільства взаємодіють дві протилежні тенденції: упорядкованість, що забезпечує його стабільність, і хаос, який загрожує його існуванню. Щоб усунути цю загрозу, суспільство вдається до різних регулятивних засобів – правових, політичних та адміністративних механізмів.

Регулятивно-комунікативна (інтерактивна) функція ділового спілкування

- передбачає не лише обмін інформацією, пізнання суб'єктами комунікації один одного, а й взаємодію між ними, регуляцію поведінки суб'єктів та їхньої спільної діяльності. Це відбувається через переконання, наслідування, обмін діями та ін. Визначають два види взаємодії: а) співробітництво (кооперація); б) суперництво або ж конкуренція.

Резюме в діловому спілкуванні

- обґрунтування партнерами особистої професійності в певній галузі: дані про освіту, досвід роботи, здібності, компетентність у вирішенні професійних завдань.

Реклама

(advertisement) - популяризація товарів, видовищ, послуг тощо з метою привернути увагу покупців, споживачів, замовників, глядачів; поширення відомостей про когось або про щось з метою популяризації; плакат, оголошення, відеоряд тощо як засіб привернення уваги покупців, глядачів.

Репутація

- цілісне уявлення про людину, її моральні якості, високу духовність чи духовне убожество, здібності та вади, досягнення й провини. Репутація може бути позитивною або негативною (репутація доброго

сусіда, сумлінного працівника, надійного партнера, чесного платника податків чи, навпаки, репутація людини з негативними якостями). Задля завоювання певної репутації людина може вдаватися до пошуків відповідного іміджу (модника, інтелектуала, друзяки, аристократа).

Рефлексія (reflection) - у соціальній психології це механізм усвідомлення індивідом чи групою того, як їх насправді сприймають і оцінюють інші індивіди чи групи.

Риторика (від давньогрец. “говорю, ллю, течу”) - теорія ораторського мистецтва, наука переконання засобами мови (див.: Ораторське мистецтво).

Рівні спілкування включають: співробітництво, конкуренцію, маніпулювання.

Роль (role) - певна соціальна, психологічна характеристика особистості, спосіб поведінки залежно від її статусу і позиції у групі, суспільстві, в системі міжособистісних, суспільних відносин.

С

Самонавіювання (selfcast) - свідоме саморегулювання, навіювання самому собі уявлень, почуттів, емоцій. Приклад: “Я вирішу ці проблеми. Я закінчу роботу. Я щасливий...”.

Самооцінка особистості (self-evaluation of personality) - оцінка людиною своїх якостей, рівня успішності власної діяльності, сприйняття своєї особи іншими людьми, виходячи із системи цінностей людини.

Скромність - позитивна моральна якість, яка виявляється в таких властивостях людини: вона не претендує на

наявність у неї виключних чеснот, достоїнств чи особливих прав; добровільно підпорядковує себе вимогам громадської дисципліни; обмежує свої потреби розумними рамками; ставиться до всіх людей з повагою; виявляє терпимість до їхніх неістотних недоліків, критично ставиться до своїх власних заслуг і недоліків; є простою, природною, залишається сама собою, не грає невластивої для себе ролі.

Службовий етикет (official etiquette) - сукупність найдоцільніших правил поведінки там, де відбувається професійна діяльність - у ставленні до виконання службових обов'язків, у поведінці з колегами, у спілкуванні з партнерами в переговорних процесах тощо.

Службово-товариські стосунки - характеризуються повагою до підлеглих, сприяють зміцненню корпоративної культури в організації. Це спілкування відповідає встановленим службовим ролям і розмежуванню професійних повноважень.

Совість - це самооцінка особою власних прагнень, почуттів та вчинків крізь призму найвищих моральних цінностей. Совість становить собою ядро моральної свідомості. Совість характеризує здатність особи здійснювати самоконтроль, усвідомлювати моральні суспільні обов'язки, вимагати від себе їх виконання та виробляти самооцінку власних вчинків.

Раціональний вимір совісті - це розумне усвідомлення моральності або аморальності скоєного, тобто засудження чи схвалення певних вчинків, дій або намірів.

Емоційний вимір совісті - це почуття морального задоволення чи незадоволення собою, які проявляються у вигляді самоповаги або у формі каяття, докорів сумління, почуття сорому.

Вольовий вимір совісті - загальний напрям усієї поведінки, зумовлений внутрішньою боротьбою між добром і злом, усім душевним напруженням особи, котра робить вибір у суперечливих життєвих ситуаціях.

Сором

- почуття, яке виникає у людини внаслідок вчинків, що суперечать вимогам моралі, або в результаті усвідомлення приниження власної гідності. Сором - моральне почуття, що є проявом самосвідомості людини і виражає осуд мотивів своїх дій, вчинків і відповідних моральних якостей як таких, що принижують її гідність. При цьому людина або сама переживає почуття сорому або під впливом інших людей, які негативно реагують на її аморальну поведінку. Людина соромиться своєї поведінки або пишається нею. але не завжди адекватно. Сором виражається в обтяжливому занепокоєнні, незадоволенні собою, жалкуванні про скоєне. Сором є зовнішнім проявом совісті; його виникненню передувало виникнення самосвідомості людини. Психічно сором проявляється як тяжкий неспокій, ніяковість, а назовні може мати фізіологічні симптоми - почервоніння обличчя, потуплені очі, сльози. Здатність соромитися залежить і від рівня цивілізованості людини, і від традиційної, звичної поведінки соціальних спільнот.

Соціально-психологічний клімат

(social and psychological climate) - рівень міжособистісних стосунків, що виявляється як сукупність психологічних умов, які сприяють або заважають продуктивній діяльності особистості у групі. Це домінуючий настрій, морально-психологічна атмосфера, у якій виявляється властиве для членів групи ставлення до загальної справи і одне до одного. Істотним показником

соціально-психологічного клімату є рівень згуртованості групи.

Співробітництво - базується на впевненості сторін в тому, що розбіжності в поглядах є закономірними і сторони визнають право одне одного на особисту думку, позицію та готові до порозуміння, що дає можливість аналізувати причини ймовірних розбіжностей і знайти прийнятний для всіх вихід. Той, хто спирається на співробітництво, не намагається досягти своєї мети за рахунок іншого, а шукає шляхів вирішення проблеми.

Спілкування (communication) – це взаємодія людей, яка полягає в обміні інформацією, діями та встановленні взаєморозуміння, спрямованого на узгодження і об'єднання зусиль з метою налагодження взаємин та досягнення загального результату.

Справедливість – етична категорія, що означає ставлення до людини і світу на основі уявлень про права людини. Це загальне співвідношення цінностей та їх конкретний розподіл між суб'єктами, що виражає співрозмірність і відповідність між правами й обов'язками людей, заслугами та їх визнанням, злочинами та покаранням. Невідповідність або порушення цієї співрозмірності визначається вже як несправедливість. Підтримання хоча б елементарного рівня справедливості у суспільстві – обов'язкова справа будь-якої держави, яка прагне утвердити своє існування. Відчуття несправедливості породжує негативні емоції: заздрість, обурення, зневагу до моральних устоїв, агресію.

Справедливість реалізується в діях, що визначаються розумінням належного. Фундаментальною особливістю справедливості є

об'єктивна оцінка вчинків і усвідомлення відповідальності за них.

Стилі ділового спілкування

- це інтегровані характеристики способів впливу як системи моделей діяльності особистості. Розрізняють три основних стилі спілкування – авторитарний, демократичний та ліберальний.

Стиль управління (керівництва)

(style of management) – стійка сукупність особистісних та соціально-психологічних характеристик керівника, за допомогою яких він і обирає той чи інший метод (методи) керівництва.

Стратегія спілкування

(communication strategy) – це загальна схема дій для реалізації плану досягнення мети. На відміну від способів, моделей і стилів спілкування у цій схемі розглядається не один аспект її втілення, а використання в єдності мотиваційної, змістової і операційної сторін.

Сувеніри, подарунки, квіти в діловій сфері

– у діловому спілкуванні, як і в повсякденному житті, заведено робити подарунки. Але не варто дарувати дорогу річ, ризикуючи поставити партнера в незручне становище. Подарунок чи сувенір має відповідати смакам, уподобанням, нахилам обдаровуваного, характеру Вашого особистого до нього ставлення. Якщо це книга, альбом, календар, потрібно вибрати подарункове, гарно оформлене видання. За достатньо тісного знайомства можливі й такі подарунки, як напої, солодощі, вироби зі шкіри, кераміки, скла, металу. При діловому спілкуванні з представниками іншої країни доречно дарувати гравюри, пам'ятні медалі, настінні тарілки, вишивані чи вирізьблені сувеніри. Важливо, щоб подарунок був загорнутий в призначений для пакування подарунків папір, можна доповнити його візитівкою або святковою листівкою. Квіти є майже універсальним виявом

уваги. Букет може виступати як самостійний подарунок, а може бути доповненням до іншого подарунка. В діловому світі чоловікам квіти прийнято дарувати в ситуаціях, пов'язаних з удачею в кар'єрі, просуванням по службі. Для жінок квіти завжди доречні. Про види квітів, колірну гаму, звичаї в різних країнах варто радитися із флористами.

- Сфери та форми ділового етикету** - офіційні та протокольні форми привітання та представлення; подарунки в ділових відносинах; етикет національних символів; візитна картка; діловий одяг; ділова субординація.
- Статус** (status) – становище індивіда в системі міжособистісних відносин у групі, суспільстві, його права, обов'язки і привілеї.
- Стиль управління** (керівництва) (style of management) – стійка сукупність особистісних та соціально-психологічних характеристик керівника, за допомогою яких реалізується той чи інший метод (методи) керівництва.
- Стрес** (stress) – емоційний стан людини, що виникає під дією сильних подразників і виявляється у напружених переживаннях.

Т

- Тайм-менеджмент** (time management) - управління часом. Планування, спрямоване на досягнення цілей з мінімальною витратою часу та максимальною ефективністю. Тайм-менеджмент – це комплекс методів і технік для управління часом. Уміння планувати і структурувати свій день, тиждень, місяць і навіть рік дуже спростить стосунки з діловими партнерами й обов'язково призведе до успіху.

| | |
|----------------------------|--|
| Такт | – почуття міри, що підказує найбільш правильний підхід, найбільш делікатну лінію поведінки. Тактовна людина звертає увагу не тільки на зміст своїх слів, дій чи вчинків, а й на їх форму, враховуючи індивідуальні особливості партнера, його психологічний стан, настрої. |
| Тактика спілкування | (communication tactics) – це система дій, що використовується для реалізації основного завдання переговорів, досягнення стратегічної мети. |
| Тактовність | - це вміння дотримуватись такту у стосунках з іншими людьми. |
| Телефонна розмова | - характеризується оперативністю у вирішенні багатьох питань. Знання телефонного етикету і раціональних правил телефонного спілкування необхідні кожній діловій людині задля досягнення успіху. Не слід ігнорувати дзвінок партнера; вмикатися в розмову варто після другого-третього сигналу дзвінка; варто привітатися і представитися; в разі неможливості розмови треба запевнити партнера про Ваш дзвінок до нього найближчим часом. При спілкуванні телефоном слід стежити за інтонацією, чіткістю вимови, гучністю голосу, точним підбором слів. У діловій розмові телефоном, як і в безпосередньому спілкуванні, варто бути лаконічними, ввічливими і доброзичливими. Якщо виникла потреба, щоб зателефонували Ви, слід отримати дозвіл на розмову, надіславши повідомлення. Нечемно телефонувати в дуже ранній чи зовсім пізній час. Наприкінці ділової розмови бажано висловити партнеру приємні для нього побажання та чемно попрощатися. |

| | |
|------------------------------|--|
| Темперамент | (temperament) – індивідуально-типологічна характеристика людини, що виявляється в силі, напруженості, швидкості та врівноваженості перебігу її психічних процесів. |
| Техніка спілкування | – набір комунікативних діянь та прийомів, що призводять до задоволення тих чи інших соціально цінних потреб (у діяльності, пізнанні, лідерстві тощо). |
| Типи ділових листів | - за функціональними ознаками ділові листи поділяються на два типи. Перший – листи, які потребують відповіді: запити, прохання, пропозиції, звернення, вимоги. Другий – листи, які не потребують відповіді: попередження, розпорядження, відмови, подяки, підтвердження, запрошення, комерційні, супровідні, гарантійні, рекламні, рекомендаційні, інформаційні. |
| Типи ділової культури | - усі ділові культури, виходячи з національних, психологічних та інших особливостей народів, що їх дотримуються, умовно поділяють на три типи: моноактивні, поліактивні та реактивні. Зазначені ділові культури відрізняються між собою: по-перше, системою прийнятих у кожній культурі норм, правил, форм, орієнтацій, установок та ставленням до трудової діяльності; по-друге, мовними особливостями, які позначаються на комунікативній поведінці партнерів по спілкуванню. До моноактивного типу культури належать англосаксонські, германські та скандинавські народи (німці, швейцарці, англійці, американці, шведи). До поліактивного типу культури належать романські, латиноамериканські, арабські та африканські народи (італійці, іспанці, португальці, бразильці, французи, араби). |

До **реактивного типу культури** належать народи Східної та Південно-Східної Азії (Японія, Китай, Тайвань, Сінгапур), а також Туреччина та Фінляндія.

Товариськість

– міжособистісні стосунки, які базуються на єдності інтересів у спільній діяльності та передбачають духовну єдність і певний ступінь рівності. Найхарактернішою для товариських стосунків є спільна діяльність. Її успіх безпосередньо залежить від відносин між членами угруповання чи колективу (професійна, громадська, політична діяльність, спорт, дозвілля тощо). Товаришів об'єднують спільні інтереси і почуття відповідальності за спільну справу, прагнення до взаємодопомоги, солідарності й підтримки. Товариські стосунки забезпечують кожній особі колективу моральну і психологічну захищеність, довіру та повагу, якщо ця особа, у свою чергу, здатна до самокритичної оцінки свого внеску в спільну діяльність, є небайдужою до інших, не зраджує колективу через власний егоїзм тощо. Товариські стосунки можуть досить легко розвиватися, переростати у більш глибокі відносини – дружні.

Толерантність

– уміння витримувати іншого таким, яким він є; це визнання за іншими людьми права жити, мислити та чинити по-своєму, тобто визнання права інших бути іншими. Проблема толерантності завжди постає як проблема внутрішньої моральної культури людей, як потреба стримування гніву, агресії, афективних почуттів і пристрасті. Поле толерантності має свої межі, а саме – до порушення ключових моральних норм. Толерантність до тих, хто грубо порушує загальноприйняті принципи моралі, стає аморальною.

У

- Уміння** (ability) – здатність людини усвідомлено застосовувати набуті знання, навички.
- Упевненість** (confidence) – психічний стан людини, коли в неї сумніви зведені до мінімуму або й зовсім відсутні. Упевненість будується на знанні, тісно пов'язана з переконанням. Однак переконання має цілком визначену практичну спрямованість, воно спонукає людину здійснювати те, у чому вона впевнена.
- Управління** (management) – галузь наукового знання, яка вивчає об'єктивні закономірності процесу управління; це сукупність взаємопов'язаних елементів (мети, функцій, організаційних структур управління, методів управління, кадрів управління) і підсистем управління, що взаємодіють між собою для досягнення головної мети діяльності організації. Це свідомий і цілеспрямований процес впливу на свідомість і поведінку окремих індивідів або членів групи, колективу, організації з метою підвищення організованості та ефективності їхньої спільної діяльності.
- Установка** (purpose) – стан готовності до певної активності, спрямованої на задоволення тієї чи іншої потреби.

Ф

- Фізіогноміка** - метод визначення типу особистості людини, її душевних якостей та стану здоров'я за допомогою аналізу зовнішніх рис обличчя та його виразу.
- Фірмовий стиль** (corporate identity) – система проектування зовнішнього образу підприємства; це цілий ряд прийомів (графічних, колірних, пластичних, мовних), які, з одного боку, забезпечують єдність

образності всієї продукції підприємства, що сприймається будь-яким спостерігачем, а з іншого – протиставляють підприємство і його продукцію конкурентам.

Форми ділового спілкування

– усна: ділова бесіда, ділові наради, ділові переговори, публічні виступи, пресконференції, дебати, презентації, дискусії, семінари, конференції, брифінги; письмова: оформлення ділової документації, листування. Обидві названі форми ділового спілкування ведуть за визначеними сценаріями. Те, що доречно в розмові з колегами, може виявитися неефективним при письмовому спілкуванні з потенційними партнерами. Тому перед проведенням будь-якого виду ділового спілкування необхідно зорієнтуватися на найбільш оптимальний щодо досягнення успіху.

Функції взаємодії у діловому спілкуванні

- взаєморозуміння між партнерами; узгодження намірів та інтересів; розподіл обов'язків у вирішенні завдань; постійна координація дій, підтримка ділових контактів; постійний поетапний контроль за виконанням намічених завдань.

Функції культури ділового спілкування

- комунікативна, пізнавальна, виховна, регулятивна, ціннісна, акумулятивна.

Функції моралі

регулятивна, ціннісно-орієнтовна, гуманістична, пізнавальна, виховна. «Золоте» правило моралі – не роби стосовно інших того, чого б ти не бажав, щоб робили стосовно тебе.

Функції сучасних візитних карток

- представлення ділових партнерів; інформування про фірму, установу, підприємство про напрями їхньої діяльності; підтвердження зацікавленості в подальших ділових контактах; здійснення ділових контактів між партнерами.

Функції управління

(management functions) – сукупність особливих дій та операцій, які виражають психологічну специфіку управлінської діяльності, цілеспрямований вплив на зв'язки і відносини людей у процесі життєдіяльності організації.

Х

Характер

(character) – комплекс сталих психічних властивостей людини, що виявляються в її поведінці та діяльності, у ставленні до суспільства, до праці, до інших, до самої себе.

Харизма

(грец. charisma – милість, Божий дар) – особливе обдарування, духовна, інтелектуальна та інша винятковість особистості, завдяки якій вона має надзвичайну популярність, викликає захоплення, глибоку повагу. Про наявність харизми свідчать емоційно-психічні здібності людини, завдяки яким її цінують як обдаровану особливими властивостями і здатною ефективно впливати на інших, приписувана або дійсно притаманна особистості така сукупність властивостей, яка викликає глибоку повагу в її послідовників, їхню беззастережну довіру і безумовну віру в її винятковість. Харизматична особа відзначається надзвичайною притягальністю, завдяки якій вона оцінюється як обдарована надлюдськими, надприродними або, щонайменше, особливими силами і властивостями, недоступними іншим людям. Такий дар людини іноді називають “іскрою Божою”. У повсякденному вжитку висловлювання “У нього (у неї) є харизма” означає, що людина справляє незабутнє враження на тих, хто її оточує. І вони, піддаючись цьому враженню, готові йти за харизматичною людиною.

Хронеміка

- користування часом, важливий елемент невербальної комунікації, що несе інформацію про специфіку розуміння обсягу поставлених завдань, а відтак і усвідомлення того, скільки часу треба затратити на виконання тих завдань. Адже час є однією з форм організації людської діяльності, реалізації принципу поваги до колеги чи партнера у діловому спілкуванні.

Ц

Церемоніал

(франц. *ceremonial*, від лат. *saeremonials* – той, що стосується культових обрядів) – офіційно прийнятий розпорядок урочистих прийомів, процесів тощо; розпорядок, установлений для якогось обряду, церемонії (церемонія – ряд дій символічного характеру, традиційно обов'язкових для тих або інших випадків суспільного чи релігійного життя). Це комплекс традиційно обов'язкових обрядів і форм, що регулюють різні сфери суспільного і релігійного життя. Церемоніал регулюється зовнішнім поведженням людей, усім тим, що називають етикетом.

Цілісність колективу

характеризують такі ознаки: спільне ставлення до завдань; дотримання кожним із членів етичних норм, вироблених правил і вимог; прийняття звичаїв та настанов за час існування робочої групи; взаємна симпатія, товаришування, дружба між колегами; схвалення діяльності керівництва та лідерів.

Цінності

(*values*) – об'єкти, явища та їхні властивості, абстрактні ідеї, які втілюють у собі узагальнені ідеали, виступаючи завдяки цьому еталоном належного. Цінності – це позитивне або негативне значення об'єктів навколишнього світу для людини, групи, суспільства в цілому.

Ч

Чат (англ. Chat — «балачка») — мережевий засіб для швидкого обміну текстовими повідомленнями між користувачами Інтернету в режимі реального часу. Зазвичай під словом «чат» мається на увазі інтернет-ресурс з можливостями чату, чат-програма, рідше - сам процес обміну текстовими повідомленнями.

Чесність ведення бізнесу Чесний бізнес передбачає виконання вимог Податкового кодексу, роз'яснення адекватності встановленого розміру тих чи інших ставок, розроблення системи заохочень за своєчасну сплату всіх нарахувань, звіту перед платниками за використання бюджетних коштів. За таких умов у керівника підприємства не буде необхідності використовувати тіньові механізми ведення бізнесу й грати нечесно.

Чесць – зовнішнє визначення, повага, оцінка дій особистості з боку інших, коли особисті заслуги людини, міра її моральності й людяності визначають і міру пошани у ставленні до неї. Це особливе моральне ставлення людини до себе, що виявляється в усвідомленні соціального статусу, роду діяльності й моральних заслуг (і у відповідному ставленні до неї суспільства, яке рахується з її заслугами, репутацією). Чесну людину наділяють такими якостями: благородство, гідність, незаплямована репутація і добре ім'я.

Чуйність – моральна якість, яка характеризує ставлення особи до оточуючих її людей. Чуйність є проявом культури особистості, її гуманістичної налаштованості. Вона виявляється в уважності, ввічливості, доброзичливості, відкритості, щирості,

тактовності тощо. Чуйній людині притаманні такі якості: внутрішня потреба робити добро; уважне ставлення до людей, їхніх бажань, потреб, інтересів, проблем, які їх хвилюють; тактовне ставлення до їхнього честолюбства і гордості, почуття честі і власної гідності, до їхніх емоцій, почуттів, переживань; готовність прийти на допомогу.

Ш

Шляхетність (благородство)

– поняття, яке спочатку означало сукупність особистісних якостей, притаманних, як правило, людині, що походила зі знатного роду, тобто аристократу, дворянину. Ці якості набувалися в процесі спеціального виховання, необхідного для несення відповідальності, яка покладалася на людину у зв'язку з її походженням (звідси і назва). В сучасному значенні – сукупність моральних якостей, яка характеризує людину або окремі її вчинки з точки зору високих мотивів, якими вони продиктовані, здатність жертвувати особистими інтересами на користь інших людей, суспільства. Шляхетними називають окремих людей або їхні вчинки.

Щ

Щирість

– моральна якість людини, яка виявляється в чистоті і повноті виражених нею почуттів та у відповідних вчинках. Щира людина говорить і робить те, у правильність чого вона вірить. У неї відсутня суперечність між тим, що вона говорить та робить, і тим, як вона повідомляє про ці почуття і наміри співрозмовнику. Щирість – прояв чесності і справедливості. Щирих людей називають щиросердечними, просто сердечними, прямодушними, відвертими, справжніми.

Ю

Юридична етика (лат. *juridicus* – судовий) – різновид теорії професійної моралі, в якому принципи і категорії загальної і професійної етики застосовуються для аналізу моралі, що діє чи повинна діяти в юридичній сфері. Особливості професії юриста зумовлюють специфіку моралі людини, яка присвятила своє життя захисту права.

Юридична сила – це властивість документа (ділової кореспонденції), якої йому надають чинне законодавство, компетенція органу, що його видав, встановлений порядок оформлення. Ділова кореспонденція має бути достовірною, переконливою, алежно відредагваною і оформленою, з конкретними пропозиціями, мусить відповідати приписам прийнятих законів.

Я

Якості ділової людини мусять базуватися на загальноприйнятих цінностях, відображених у всіх категоріях етики:

- а) категорії моральної свідомості - розрізнення добра і зла; усвідомлення сенсу життя; почуття відповідальності; відчуття справедливості; орієнтування на моральний ідеал;
- б) категорії моральної самосвідомості - честь, гідність, совість, сумління, розкаяння, сором, репутація;
- в) категорії моральних відносин - відкритість, толерантність, повага, пошана, співчуття, співстраждання, милосердя.

Якості моральні – основні істотні якості людини, які характеризують її моральний облік, рівень загальної моральної культури. Ці якості характеризують не окремі моральні зусилля, вчинки людини, а стабільну і

послідовну її поведінку, спосіб життя. Моральні якості поділяються на позитивні (гуманність, людяність, патріотизм, справедливість, безкорисливість, чесність і гідність, великодушність, сумління, скромність, тактовність, вірність обов'язку, гуманне ставлення до природи) та негативні, тобто цілковито протилежні названим. В усіх сферах діяльності успіх супроводжує тільки людей із позитивними моральними якостями.

Якості особистості керівника (manager personal qualities) – найстійкіші характеристики, що мають вирішальний вплив на управлінську діяльність.

ЛІТЕРАТУРА

1. *Авраменко О.О., Яковенко Л.В., Шийка В.Я.* Ділове спілкування: Навчальний посібник. – Івано-Франківськ: Лілея-НВ, 2015. – 160 с.
2. *Бліхар В.С., Олексюк М.М., Гайворонюк Н.В., Андрушко Л.М.* Етика та естетика: Навчально-методичний посібник у схемах і таблицях. – Львів: ЛДУВС, 2018. – 202 с.
3. *Мірошниченко Д.А., Зленко А.М.* Діловий етикет: Навчальний посібник. – Переяслав-Хмельницький. – 2019. – 215 с.
4. *Лесько О.Й., Прищак М.Д., Залюбівська О.Б., Рузакова Г.Г.* Етика ділових відносин. - Вінниця: ВНТУ, 2011. - 255 с.
5. *Прищак М.Д., Лесько О.Й.* Етика та психологія ділових відносин: Навчальний посібник. – Вінниця: ВНТУ, 2016. – 152 с.
6. *Прокопович Л.С.* Діловий етикет: Конспект лекцій. - Мукачево: МДУ, 2019. – 35 с.
7. *Сагайдак О.П.* Дипломатичний протокол та етикет: Навчальний посібник. – К.: Знання, 2006. -382 с.
8. *Тимошенко Н.Л.* Корпоративна культура: діловий етикет: Навчальний посібник. – К.: Знання, 2006. – 391 с.
9. *Тофтул М.Г.* Сучасний словник з етики. – Житомир: Вид-во ЖДУ, 2014. – 416 с.
10. *Утюж І.Г., Спиця Н.В., Мегрелішвілі М.О.* Етика та естетика: Навчальний посібник. - Запоріжжя: ЗДМУ, 2019. - 75 с.
11. *Чмут Т.К., Чайна Г.Л.* Етика ділового спілкування: Навчальний посібник. – К.: Вікар, 2004. -223 с.
12. *Чорна Л.С.* Етика та естетика: Навчально-методичний комплекс. - Чернігів: ВЦ ``Графіка `` , 2011. - 52 с.

Навчальне видання

Сметанська Марія Іванівна

Маковій Марія Григорівна

Рєпіна Ірина Юріївна

Плотникова Людмила Федорівна

Жовнір Ольга Миколаївна

Ділове спілкування і протокол:

*фаховий лексичний мінімум для здобувачів ступеня вищої освіти
«Бакалавр» усіх спеціальностей*