

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Макаренко Елена Николаевна

Должность: Ректор

Дата подписания: 26.08.2021 14:35:21

Уникальный программный ключ:

c098bc0c1041cb2a4cf926cf171d6715d99a6ae00adc8e27b55cbe1e2dbd7c78

Профессиональная этика и этикет

Закреплена за кафедрой **Философия и культурология**

Учебный план z43.03.01_1.plx

Форма обучения **заочная**

Распределение часов дисциплины по курсам

Курс	3		Итого	
	уп	рпд		
Лекции	2	2	2	2
Практические	4	4	4	4
В том числе инт.	2	2	2	2
Итого ауд.	6	6	6	6
Контактная	6	6	6	6
Сам. работа	98	98	98	98
Часы на контроль	4	4	4	4
Итого	108	108	108	108

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	Цель освоения дисциплины: сформировать у обучающихся систему знаний, навыков и умений в области обеспечения профессиональных этических основ сервисной деятельности в рамках клиентурных и корпоративных отношений.
1.2	Задачи: выработать у студентов морально-нравственные установки, этические принципы, стандарты этикетного поведения, необходимые в сервисной деятельности в условиях конкурентных отношений; способствовать внесению в практическую деятельность этической составляющей при выборе методов и средств процесса сервиса; научить студентов руководствоваться нормами и принципами профессиональной этики в процессе формирования и развития клиентурных отношений.

2. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

ОК-3: способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия

Знать:

базовые нормы и принципы общечеловеческой нравственности и профессиональной этики, делового этикета для эффективного решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия в сервисной деятельности

Уметь:

осуществлять коммуникацию (непосредственная и опосредованная формы) в рамках межличностного и межкультурного взаимодействия на основе базовых принципов общечеловеческой нравственности, профессиональной этики, общего и делового этикета

Владеть:

этико-психологическими приемами межличностного и межкультурного взаимодействия в различных формах (непосредственной и опосредованной) с опорой на нормы общей и принципы профессиональной этики, нормы общего и делового этикета

ОК-4: способностью работать в команде, толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия

Знать:

об этнокультурных и этноконфессиональных различиях, их специфике и особенностях в контексте необходимости толерантного взаимодействия с членами трудового коллектива, предупреждении и конструктивном разрешении конфликтных ситуаций в команде

Уметь:

предупреждать и конструктивно разрешать конфликтные ситуации в профессиональной деятельности руководствуясь принципом толерантности в условиях этнических, конфессиональных и культурных различий членов команды

Владеть:
формами толерантного поведения для обеспечения стабильности работы коллектива, предупреждения и конструктивного решения конфликтных ситуаций в условиях этнических, конфессиональных и культурных различий членов команды и объектов труда сервиса
ПК-8: способностью к диверсификации сервисной деятельности в соответствии с этнокультурными, историческими и религиозными традициями
Знать:
нравственное содержание исторически сложившихся этнокультурных и религиозных традиций при организации сервисной деятельности
Уметь:
диверсифицировать сервисную деятельность с учетом этнокультурных, исторических и религиозных традиций объектов труда
Владеть:
этико-психологическим инструментарием, обеспечивающим эффективную диверсификацию сервисной деятельности
ПК-9: способностью выделять и учитывать основные психологические особенности потребителя в процессе сервисной деятельности
Знать:
о наличии и характерных особенностях основных психологических типов потребителей сервисных услуг для повышения эффективности деятельности и обеспечения психоэмоционального комфорта в рамках сервисного общения
Уметь:
выстраивать эмпатичные отношения с потребителями услуг различных психотипов
Владеть:
индивидуализированными этико-психологическими приемами и средствами взаимодействия с потребителями сервисных услуг, относящихся к разным психотипам