



MATERIAŁY

Miedzynarodowej Naukowi-Praktycznej Konferencji

INNOWACJE I BADANIA NAUKOWE, JAK RÓWNIEMIEŻ I ZASTOSOWANIE

Warszawa
2012

W PRAKTYCE 29.05.2012 - 31.05.2012



<p>MATERIALY</p> <p>Miedzynarodowej Naukowi-Praktycznej Konferencji</p> <p>Innowacje i badania naukowe, jak również ich zastosowanie w praktyce 29.05.2012 - 31.05.2012</p> <p>Część 2</p> <p>Warszawa 2012</p>	<p>МАТЕРИАЛЫ</p> <p>международной научно-практической конференции</p> <p>Иновации и научные исследования, а также их применение на практике 29.05.2012 - 31.05.2012</p> <p>Часть 2</p> <p>Варшава 2012</p>
---	--

Wydawca: Sp. z o.o. «Diamond trading tour»

Druk i oprawa: Sp. z o.o. «Diamond trading tour»

Adres wydawcy i redakcji: Warszawa, ul. Wyszogrodzka, 16
e-mail: 5996137@gmail.com

Cena (zł.): bezpłatnie

MATERIAŁY Międzynarodowej
Naukowo-Praktycznej Konferencji
Innowacje i badania naukowe, jak również ich zastosowanie w praktyce/
(29.05.2012 - 31.05.2012) - Warszawa, 2012. - 116 str.

W zbiorze trzymają się materiały Międzynarodowej
Naukowo-Praktycznej Konferencji 29 maja 2012 - 31 maja 2012 roku
Część 2.

Wszelkie prawa zastrzeżone.
Powielanie i kopiowanie materiałów bez zgody autora.
Wszelkie prawa do materiałów konferencji należą do ich autorów.
Pisownia oryginalna jest zachowana

ISBN: 978-83-63620-12-7 (t.2)

"Diamond trading tour" ©

СОДЕРЖАНИЕ

SEKCJA 13. PEDAGOGIKA. (ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ НАУКИ)

ШЕБАНИЦ В. Г. ПИТАННЯ СТАНОВЛЕННЯ СУБ'ЄКТНОЇ ПОЗИЦІЇ ПІКОЛЯРІВ: ЦІННОСТІ, ЖИТТЄВІ ПЛАНИ, МОТИВАЦІЯ.....	5
ЗАК Т.Г. СОЦИАЛЬНО-ПЕДАГОГИЧЕСКАЯ ПОМОЩЬ ДЕТЯМ С УМЕРЕННОЙ И ТЯЖЕЛОЙ УМСТВЕННОЙ ОТСТАЛОСТЬЮ В РОССИИ (ИСТОРИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ, ПРОБЛЕМЫ СОВРЕМЕННОСТИ).....	8
БАРБАШОВА Г. А. ПОГЛЯДИ СОФІЇ РУСОВОЇ ЩОДО ПРОБЛЕМИ СЕНСОРНОГО РОЗВИТКУ ДИТИНИ.....	15
ДАВИДЕНКО О. В. ОРГАНІЗАЦІЯ НАВЧАЛЬНО – ВИХОВНОГО ПРОЦЕСУ У ЛЬВІВСЬКОМУ УНІВЕРСИТЕТІ В ПОЧАТКОВИЙ ПЕРІОД РАДЯНСЬКОЇ ОКУПАЦІЇ (1939 - 1940 РР.).....	17
КУВАКИНА Е.С. ФИЛОСОФСКИЕ ОСНОВАНИЯ СОВРЕМЕННОЙ ПАРАДИГМЫ ОБРАЗОВАНИЯ.....	20
БАЛАХМЕТОВА Г.К. ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ И МЕТОДЫ ОБУЧЕНИЯ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОМ ОБРАЗОВАНИИ.....	23
ФИЛИМОНОВ А.С. РАЗВИТИЕ ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАЦИОННОЙ КОМПЕТЕНТНОСТИ БУДУЩИХ УЧИТЕЛЕЙ ЕСТЕСТВЕННО-НАУЧНОГО ЦИКЛА.....	26
JASYK I.S. USING INTERACTIVE TEACHING METHODS IN INSTITUTIONS OF HIGHER EDUCATION.....	29
НИКИШИНА И. Н. СЕРТИФИКАЦИЯ ИКТ – КОМПЕТЕНТНОСТИ УЧИТЕЛЕЙ ИНФОРМАТИКИ КАК СПОСОБ ПОВЫШЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИИ РАБОТНИКОВ ОБРАЗОВАНИЯ.....	34
КОЛЕСНИК Н.Е. ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ ПОДХОД ПРЕПОДАВАНИЯ ТРУДОВОГО ОБУЧЕНИЯ БУДУЩИМИ УЧИТЕЛЯМИ НАЧАЛЬНЫХ КЛАССОВ: ИСТОРИКО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТ.....	38
АРЖАНЫХ Т.Ф. ИНТЕРАКТИВНЫЕ ФОРМЫ ОРГАНИЗАЦИИ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА В РАМКАХ ПРЕПОДАВАНИЯ ПРАВОВЫХ ДИСЦИПЛИН В ЭКОНОМИЧЕСКОМ ВУЗЕ.....	42
ДОЛГОВА Н. О. НОРМАТИВНО-ПРАВОВА ОСНОВА ФІЗИЧНОГО ВИХОВАННЯ В УНІВЕРСИТЕТАХ ПОЛЬЩІ ТА УКРАЇНИ: КОМПАРАТИВНИЙ АНАЛІЗ.....	44
КАРИБЖАНОВА Е. А. ИННОВАЦИОННЫЕ МЕТОДЫ РАБОТЫ С ОДАРЁННЫМИ ДЕТЬМИ В УСЛОВИЯХ ГИМНАЗИИ.....	47
ОКУЛОВА Л.П. ПРОЕКТИРОВАНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА В СООТВЕТСТВИИ С ТРЕБОВАНИЯМИ ПЕДАГОГИЧЕСКОЙ ЭРГОНОМИКИ.....	51
АШЕРБЕКОВА А.М. ИНФОРМАТИЗАЦІЯ СИСТЕМИ ОБРАЗОВАНИЯ В ЦЕЛЯХ ПОВЫШЕНИЯ КАЧЕСТВА ОБУЧЕНИЯ.....	54
КАЛИНКОВСКАЯ С.Б. НОВИКОВА О.А. СОЗДАНИЕ С ДЕТЬМИ СЛЕДЬМОГО ГОДА ЖИЗНИ КОЛЛЕКЦИИ РИСУНКОВ «МОЙ РОДНОЙ ГОРОД».....	58

КАРАМАН О. Л. ПРАВОВЕ ВИХОВАННЯ НЕПОВНОЛІТНІХ ЗАСУДЖЕНИХ У СПЕЦІАЛЬНИХ ВИХОВНИХ УСТАНОВАХ.....	60
ЗЕМІШ М. Б. ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ ТЕАТР КАК ФОРМА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ТВОРЧЕСТВА БУДУЩИХ СОЦИАЛЬНЫХ ПЕДАГОГОВ.....	62
ХАРЧЕНКО Л.П. ЕТИЧНА КУЛЬТУРА ДІЛОВОГО СПІЛКУВАННЯ.....	67
КРАСНОВА Н.П. ВПЛИВ ГРОМАДСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА ВИПРАВЛЕННЯ ЗАСУДЖЕНИХ.....	72
ЮРКІВ Я. І. ДІАГНОСТИКА ДІТЯЧИХ ТА МОЛОДІЖНИХ ОБ'ЄДНАНЬ.....	77
АБДУЛМЯНОВА И. Р. ОБУЧАЮЩИЕ ВОЗМОЖНОСТИ ТЕЗАУРУСНОГО СПОСОБА ОБУЧЕНИЯ ПРИ ЯЗЫКОВОЙ ПОДГОТОВКЕ ПЕРЕВОДЧИКОВ.....	82
ДЕНИСОВА В. В. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РЕАЛИЗАЦИИ ПРИНЦИПОВ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ В ФОРМИРОВАНИИ У ШКОЛЬНИКОВ НАВЫКОВ БЕЗОПАСНОГО ПОВЕДЕНИЯ.....	85
ДЯЧЕНКО О.Ф., ЧЕРНЯВСЬКА К. В. САМОСТІЙНА РОБОТА СТУДЕНТА ПРИ ВИВЧЕННІ КУРСУ «ОРГАНІЗАЦІЯ ТА УПРАВЛІННЯ БАЗАМИ ДАНИХ».....	90
ДЯЧЕНКО О.Ф., ПОНОМАРЕНКО М.В. ПРЕИМУЩЕСТВЕННОСТЬ ПРИ ИЗУЧЕНИИ КОМПЬЮТЕРНЫХ ДИСЦИПЛИН.....	92
ФЕДУЛОВА Т.М. ПСИХИОФИЗИОЛОГИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ УЧАЩИХСЯ КАК ФАКТОР ЭФФЕКТИВНОСТИ ОВЛАДЕНИЯ ОСНОВНЫМИ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИМИ ОПЕРАЦИЯМИ.....	94
ПАНОВА А. Н. РОЛЬ ИГРОВОГО МОДЕЛИРОВАНИЯ В ПОДГОТОВКЕ БУДУЩИХ СПЕЦИАЛИСТОВ-ПЕРЕВОДЧИКОВ.....	99
ЗУБАРЕВА К.Ю., ПРУДНИКОВА Е.Г. ПРАКТИЧЕСКАЯ ПОДГОТОВКА СТУДЕНТОВ В ОРЛОВСКОМ ГОСУДАРСТВЕННОМ АГРАРНОМ УНИВЕРСИТЕТЕ.....	103
СHELTYBASHEV A. A. THEORETICAL MODEL OF PREPARATION RESEARCH SKILLS IN THE LEARNING PROCESS.....	106
ТУЛБАСИЕВА С. К. ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗРАБОТКИ ПРОБЛЕМЫ ДИСТАНЦИОННОГО ОБУЧЕНИЯ В ПЕДАГОГИКЕ.....	111
ДЮСЕБАЕВА Г.К. ИНТЕРАКТИВНЫЕ МЕТОДЫ ОБУЧЕНИЯ НА СЕМИНАРСКИХ ЗАНЯТИЯХ ПО КУРСУ ИСТОРИЯ КАЗАХСТАНА.....	114



СЕКЦІЯ 13. ПЕДАГОГІКА. (ПЕДАГОГІЧЕСКИЕ НАУКИ)

ОД- СЕКЦІЯ 1. Воспитание и образование

Шебаніц В.Г.

практичний психолог вищої категорії
Новоазовської ЗНП І-ІІІ ступенів №2
м. Новоазовськ, Україна

**ПІТАННЯ СТАНОВЛЕННЯ СУБ'ЄКТНОЇ ПОЗИЦІЇ ШКОЛЯРІВ :
ЦІННОСТІ, ЖИТТЄВІ ПЛАНИ, МОТИВАЦІЯ...**

Формування особистості, корисної для себе, громади і суспільства, - одвічне завдання теорії і практики виховання. У різні часи, залежно від тих чи інших умов успішного буття, вчені і практики по-різному підходили до вирішення цього питання.

Адже руйніною силою психічного розвитку дитини є не саме по собі привласнення атальнолюдського досвіду, а його проблемагізація як особлива взаємодія дорослого й дитини з надання форми незавершеності різним компонентам змісту онціокультурного досвіду: самим предметам культури, їх соціально закріпленим образам, суспільно заданим схемам дій із цими предметами, нормативним моделям побудови людських відносин із приводу них. У формі таких перетворень дитина наново конструє нові смислові види діяльності, ініціативно розширює межі свого індивідуального досвіду.

Ряд сучасних дослідників не випадково надають першочергового значення процесам особистісного самовизначення школярів, налагодженню індивідуального досвіду формування суб'єктності соціально-комп'юентних учнів. Це неодноразово підкреслюють такі науковці, як І.Бех, О.Колонко, К.Чорна та ін. [1;2]. Проблеми самоактуалізації, самоусвідомлення, самовдосконалення, формування у дітей певних соціальних ролей розкривають також і інші автори.

Зокрема, на думку В.Єлісеєва, соціалізуючись, людина опановує не тільки стихію своєї природи, але й стихію масової культури. Вона стає дедалі більшою мірою суб'єктом свого розвитку, а саме тією зростаючою мірою, якою вона стає здатною приймати відповідальність за свій власний, природний і культурний вільний розвиток. Історія і культура продовжуються не самі собою, а людина їх продовжує, будучи суб'єктом історії, моралі і культури в цілому, тією мірою, якою їй вдається перетворити в життя ідеї її духовної творчості.

Цікавим в цьому сенсі є загальнонаціональне дослідження випускників середньої школи 2012 року щодо цінностей, життєвих планів, вибору професії тощо, проведене спільно співробітниками Інституту соціології НАН України та Інституту педагогіки НАПН України у вересні - жовтні 2011 року.

Усього було опитано 1134 випускників та 1066 вчителів старших класів. Вибірка репрезентативна, розроблена на основі статистичних даних Держкомстату України, похибка вибірки у межах 3,2% [4].

На порозі дорослого життя у випускників переважають позитивні настрої: інтерес (65%), оптимізм (57%), надія (50%). У цьому прийдешнє покоління істотно

Литература:

1. Выготский, Л.С. Психология искусства [Текст] / Л.С. Выготский. - М.: Искусство, 1969.
2. Березкин, В.И. Искусство сценографии мирового театра: от истоков до середины XX века [Текст] / В.И. Березкин. - М., 1997.
3. Кнебель, М. Поэзия педагогики. О действительном анализе пьесы и роли [Текст] / М. Кнебель. - М.: ГИТИС, 2010.
4. Станиславский, К.С. Учебник актерского мастерства. Работа над собой в творческом процессе воплощения [Текст] / К.С. Станиславский. - М.: АСТ, 2011.
5. Цукасова, Л.В. Театральная педагогика. Принципы. Заповеди. Советы [Текст] / Л.В. Цукасова, Л.А. Волков. - М.: Либком, 2009.

Харченко Л.Н.

кандидат педагогических наук, доцент кафедры педагогики Луганского национального университета имени Тараса Шевченка

ЕТИЧНА КУЛЬТУРА ДІЛОВОГО СПІЛКУВАННЯ

Етична культура співробітника організації – система моральних принципів і норм, які сформувалися як результат почуттів, знань, потреб і виражають в його моральній поведінці гармонію внутрішніх переконань і їх зовнішніх проявів, забезпечують ефективно вирішення ділових проблем.

Зміст етичної культури

Моральна свідомість	Моральні стосунки	Моральна поведінка
Етичні цінності: принципи і норми моралі, ідеали: добро, зло, честь, обов'язок, гідність, совість, відповідно до яких відбувається самооцінка особистості	Моральна взаємодія, моральний конфлікт, моральний авторитет, моральна репутація та ін.	Моральний вчинок, моральна діяльність, моральні наслідки і санкції; моральна практика
<i>Теоретичний аспект</i>	<i>Практичний аспект</i>	

Усі вказані елементи тісно пов'язані між собою, взаємно доповнюють один одного. Проте початковою в їх взаємовідношенні є *моральна свідомість*. Вона значною мірою визначає моральні стосунки і моральну поведінку, яка пропонує їх через норми і принципи. Так, в діловому спілкуванні повинно бути забезпечені гідність і цінності особистості. Моральна свідомість дає оцінку правовим та іншим явищам соціальної дійсності (вчинку, поведінці, способу життя). Без цього неможливий аналіз етичних категорій.

В той же час тільки реальна моральна практика (моральна діяльність разом з її накопиченим досвідом) є критерієм істинності моральної свідомості, оскільки тільки практикою можуть бути перевірені категорії добра, зла, обов'язку, їх усвідомлення особистістю.

Практичний аспект мають моральні стосунки і моральна поведінка. *Моральні стосунки* – це стосунки, в які вступає і в яких знаходяться співробітники керуючись уявленнями про добро і зло, обов'язок, совість, честь, гідність. Етична культура співробітника містить оцінку прояву норм моралі в стосунках „співробітник – клієнт”.

Стосунки в сфері „керівник – підлеглий”, „колега – колега” повинен будуватися на етичній основі, оскільки це – двосторонні стосунки, оскільки співробітник у своїй діяльності так чи інакше зачіпає інтереси клієнтів, колег та інших громадян, які відповідають йому або оцінками, або діями, вчинками.

Поведінка співробітника – це об'єктивний показник його моральних якостей, морального обличчя. Вона виражається через сукупність здійснюваних вчинків, що мають моральне значення. Поведінка співробітника, що шкодить керівникові, колезі, клієнтові є аморальною.

Моральні знання, почуття, переконання, потреби, які реалізуються як в процесі виконання співробітником своїх професійних обов'язків, так і в побуті, повинні базуватися на таких моральних цінностях, як добро, обов'язок, честь, совість тощо. Етична культура співробітника припускає закономірне наслідування загальноприйнятих норм і принципів моралі в процесі виконання службових обов'язків, їх впровадження у виробничу практику, подолання помилок і морально-професійних деформацій. Тільки тоді співробітник отримує моральне задоволення від роботи, коли він як професіонал діє відповідно до моральних принципів і норм. Така діяльність називається моральною.

Якщо професійна етика – це живе функціонування моралі в процесі ділового спілкування, то етична культура співробітника організації, є внутрішнім (природним) наказом наслідувати моральним принципам і нормам, що сформувалися в суспільстві.

Етична культура – це природне ядро професійної культури співробітника, категоричне веління здійснювати моральні вчинки під час виконання службових обов'язків. Вона не приймає неморальну діяльність, загрози, психологічний тиск, різні види насильства, інші негуманні засоби вирішення ділових проблем.

Структура етичної культури співробітника організації:

- 1) наявність етичних почуттів, знань, потреб;
- 2) перетворення етичних почуттів, знань, потреб в моральні переконання, звички давати моральні оцінки чужої поведінки;
- 3) готовність діяти, керуючись етичними знаннями і переконаннями, тобто поступати морально – по совісті.

Від рівня етичної культури співробітника залежить якісне і ефективне виконання обов'язків; збереження честі, гідності; ділової репутації людини, з якою вона вирішує ділові проблеми; престиж самого співробітника і її колег.

Рівні прояву етичної культури співробітника організації:

- 1) відношення співробітника до своєї професійної діяльності та її результатів (як особи-професіонала);
- 2) стосунки з колегами по роботі (як члена робочої групи);
- 3) стосунки з партнерами, колегами, керівниками та іншими людьми у процесі вирішення важливих справ.

Діяльність співробітника характеризується щоденним спілкуванням з різними людьми, які знаходяться в залежному від нього положенні або в рівному положенні, а тому вимагають від нього дбайливого, коректного

відношення. Тільки при високому рівні моральної свідомості як результату моральних знань, переконань, потреб і при дійсно високо моральній поведінці можна говорити про етичну культуру керівника і співробітника організації.

Етику ділового спілкування слід враховувати в різних її проявах: у відносинах між підприємством і соціальним середовищем; між підприємствами; усередині одного підприємства – між керівником і підлеглими, між підлеглим і керівником, між людьми одного статусу.

Між сторонами того або іншого виду ділового спілкування існує своя специфіка. Завдання і полягає в тому, щоб сформулювати такі принципи ділового спілкування, які не лише відповідали б кожному виду ділового спілкування, але і не суперечили загальним моральним принципам поведінки людей. У той же час вони повинні служити надійним інструментом координації діяльності людей, залучених в ділове спілкування.

Таким чином, в основі етики ділового спілкування має бути *координація*, а по можливості і *гармонізація* інтересів. Природно, якщо вона здійснюється етичними засобами і в ім'я морально виправданих цілей. Тому ділове спілкування повинно постійно перевірятися етичною *рефлексією*, *реабілітуючи* мотиви вступу в нього. При цьому зробити етично правильний вибір і прийняти індивідуальне рішення часто справа зовсім не проста.

Прикладом скрутних з етичної точки зору можуть служити ситуації, які наводяться Ф. Котлером. Фахівець з маркетингу, вступаючий в ділове спілкування, може потрапити у будь-яку з них, при цьому, якщо в усіх випадках він зупинить свій вибір на діях, що дають миттєвий ефект, його поведінку можна буде, мабуть, вважати аморальною. Якщо ж він не зробить жодної з таких дій, то може виявитися неспроможним як керівник і постійно переживати гнітюче почуття внутрішньої моральної напруги. Як ви поступите?

1. Ви працюєте в тютюновій компанії і досі не були переконані в тому, що паління сигарет викликає рак. Нещодавно ви познайомилися із звітом про дослідження, в ході якого з усією очевидністю встановлений зв'язок між палінням і раковими захворюваннями.

2. Ваш науково-дослідний відділ удосконалив один з товарів, що випускалися фірмою. Товар не став по-справжньому „вдосконаленою новинкою”, але ви знаєте, що поява подібних тверджень на упаковці і в рекламі підвищить його збут.

3. Вас попросили поповнити „дешевий” сектор вашого товарного асортименту спрощеною моделлю, яку можна було б рекламувати для залучення покупців. Товар, позбавлений удосконалень, буде не дуже хорошим, але можна сподіватися, що комівояжери зуміють умовити покупців придбавати дорожчі модифікації. Вас просять дати „зелене світло” створенню „роздзягненого” варіанту.

4. Ви розмовляєте з жінкою, яка ще зовсім нещодавно була керуючою по товару в конкуруючій фірмі, і вважаєте, що її можна узяти на роботу. Вона із задоволенням розповість вам про усі плани конкурента на майбутній рік.

5. У одного з ваших дилерів нещодавно почалися негаразди в

сім", і показники його продажів впали. У минулому це був один з самих високопродуктивних продавців фірми. Як скоро увійде до норми його сімейне життя, неясно, а поки що велика кількість продажів втрачається. Є юридична можливість ліквідувати виданий цьому дилерові торговий привілей і замінити його.

6. Є шанс притягнути клієнта, який багато означатиме і для вас особисто, і для фірми в цілому. Його агент по закупівлях натякнув, що може спрацювати „подарунок”. Вам помічник радить послати цьому агентові додому кольоровий телевізор.

7. Ви дізналися, що конкуруюча фірма надала своєму товару властивість, яка зробить великий вплив на збут. На щорічній спеціалізованій виставці у цієї фірми буде офіс для гостей, і на одному з прийомів для своїх дилерів глава фірми розповість їм про цю нову властивість товару. Ви без зусиль можете послати на цей прийом свого спостерігача, щоб дізнатися про нововведення.

8. Ви щосили намагаєтеся добитися укладення великого контракту і в ході переговорів про продаж дізнаєтеся, що представник покупця підшукує собі вигіднішу роботу. У вас немає бажання брати його до себе, але, якщо ви натякнете йому про цю можливість, він, ймовірно, передасть замовлення вашій фірмі.

9. Вам належить вибрати одну з трьох рекламних кампаній, у загальних рисах розроблених рекламним агентством для вашого нового товару. Перша кампанія (А) побудована на приватній інформації і принципах „м'якого продажу”. Друга кампанія (Б) використовує сексуально-чуттєві мотиви і перебільшує вигоду товару. Третя кампанія (В) – заплутана, кричуща, така, що викликає роздратування, але вона напевно притягне до себе увагу аудиторії. Попередні тести показали, що по своїй ефективності ролики розташовуються в наступному порядку: В, Б і А.

10. Будучи віце-президентом по маркетингу пивоварної компанії, ви дізнаєтеся, що в одному з найприбутковіших для вас штатів збираються підняти вік офіційно дозволеного споживання спиртних напоїв з 18 років до 21 року. Вам запропонували приєднатися до інших пивоварів, організуючих лобі проти законопроекту, а також зробити певні грошові внески.

11. Ви хочете опитати вибірку споживачів про їх реакції на товар конкурента. Пропонується провести ці інтерв'ю нібито від імені деякого неіснуючого нешкідливого Інституту по дослідженню маркетингу.

12. Ви випускаєте шампунь, який перешкоджає утворенню лупи і ефективний вже при разовому застосуванні. Ваш помічник підказує, що збут піде швидше, якщо в інструкції на етикетці вказати, що шампунь рекомендується застосовувати двічі.

13. Ви розмовляєте із здібною жінкою, що бажає працювати у вас торговим агентом. Рівень її кваліфікації вищий, ніж у чоловіків, з якими ви розмовляли раніше. Проте є підозри, що її прийом на роботу викличе негативну реакцію з боку ряду ваших нижішніх торгових агентів, серед яких немає жінок, і може роздратувати деяких важливих клієнтів фірми.

14. Ви керівник службою збуту у фірмі, що торгує енциклопедіями.

Зазвичай комівояжер торговель енциклопедіями проникає у будинок під приводом нібито проведення опитування. Закінчивши опитування, він перемикається на виконання свого комерційного завдання. Метод цей представляється надзвичайно ефективним і застосовується більшістю конкурентів.

З наведеного прикладу абсолютно очевидно, що керівник повинен виробити необхідне зведення етичних принципів, які зможуть допомогти йому в моральній оцінці кожної ситуації і вирішенні проблем. – наскільки далеко можна зайти в діловому спілкуванні, не переступаючи етичних норм.