

**Аннотация рабочей программы дисциплины «Психология делового общения»  
для студентов специальности 43.02.11 «Гостиничный сервис»**

**Образовательный уровень СПО: базовый**

**ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

*Цель преподавания* данной дисциплины состоит в том, чтобы познакомить студентов с психологическими аспектами общения, особенностями управленческой деятельности, работы в коллективе, с клиентами и дать практические рекомендации, которые будут способствовать более эффективному ведению бизнеса.

**ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ), СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ**

Результатом освоения дисциплины является формирование у студентов следующих компетенций:

ОК-1	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес (ОК-1)
ОК-2	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество (ОК-2)
ОК-3	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность (ОК-3)
ОК-4	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития (ОК-4).
ОК-5	Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности (ОК-5)
ОК-6	Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями (ОК-6)
ОК-7	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий (ОК-7)
ОК-8	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации (ОК-8)
ОК-9	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности (ОК-9)

В результате освоения дисциплины студент должен:

Знать	<ul style="list-style-type: none"><li>- психологические особенности процесса коммуникации;</li><li>- познакомить с основными психологическими параметрами управленческой этики и корпоративной культуры;</li><li>- вскрыть важнейшие понятия, категории профессиональной этики;</li><li>- помочь студентам выработать нравственную позицию по отношению к этическим проблемам современного общества;</li><li>- способствовать гармоничному сочетанию специальных и гуманитарных знаний студентов;</li><li>- способствовать выработке профессиональной этики и нравственности.</li></ul>
Уметь	выделять существенные признаки психологического явления (процесса, состояния, личностного образования); объяснять причины и факторы, продуцирующие возникновение того или иного психического явления;

	ориентироваться в современных проблемах психологической теории и педагогической практики.
Владеть навыками	практического распознавания психических состояний человека, качеств личности; применения психологических знаний в социально-педагогической практике.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 108 часов, в том числе:

Для студентов очной формы обучения:

лекции – 36 час, практические занятия – 36 часов, самостоятельная работа, включая подготовку к зачету – 36 часа.

Для студентов заочной формы обучения:

Лекции – 10 часов, практические занятия -10 часов, самостоятельная работа, включая подготовку к экзамену – 88 часов

### Содержание дисциплины

<b>Раздел 1 Теоретические основы деловой коммуникации</b>	
Тема 1. Психологические основы общения	Психология общения и передачи информации. Основные виды, формы и средства общения. Общение как инструмент этики деловых отношений. Коммуникативная, интерактивная и перцептивная стороны общения. Коммуникативные барьеры. И способы их преодоления. Психологические особенности коммуникации с представителями различных социальных и демографических групп. Вербальное общение. Основы деловой риторики. Невербальное общение и его классификация. Использование невербальной коммуникации в деловой сфере
Тема 2. Деловое общение и его специфика	Этика деловых контактов. Виды делового общения. Искусство ведения деловых встреч. Организационные аспекты технического и аналитического характера. Определение тактической позиции и использование определенных тактических приемов на переговорах. Искусство ведения деловых встреч Метод принципиальных переговоров. Правила убеждения. Разрешение конфликтных ситуаций. Технологии малоконфликтного поведения
Тема 3. Культура управленческого поведения	Становление менеджмента как науки о наиболее рациональной организации и управлении трудовым коллективом. Стили руководства и методы управления. Особенности управленческого общения. Проблемы межличностного восприятия в управленческой деятельности. Общение руководителя с подчиненными. Воздействие руководителя на личность и коллектив. Манипуляция как форма управления. Виды манипуляций и способы их реализации. Методы нейтрализации манипуляций. Соотношение деловой этики и административной этики. Этика нейтралитета: достоинства и недостатки. Основные типы выражения несогласия административным работником. Этика структуры и ее особенности.
Тема 4. Корпоративная культура и ее	Корпоративная культура ее особенности и функции. Типология корпоративных культур: инвестиционная культура, административная культура, культура выгодных сделок, торговая культура. Типология по типу власти, по степени влияния и т.д.

особенности	<p>Этические проблемы компаний и методы их решения. Повышение этического уровня организации. Наиболее распространенные проблемы микроэтики. Культура фирмы: базовые предположения, ценности, символика.</p> <p>Темперамент и учет психологических особенностей личности в управленческой деятельности. Стадии развития коллектива как многоуровневой структуры. Структура коллектива. Специфика подбора людей и психологического воздействия на подчиненных</p>
Тема 5. Имидж и его роль в деловой сфере	<p>Имидж фирмы: система отношений с клиентами, эргономика и дизайн офиса. Формальная и неформальная системы управления. Имидж делового человека. Дресс-код.</p>
Тема 6. Социальная ответственность	<p>Различные подходы к определению целей организаций. Концепция социальной ответственности компании и бизнеса в целом. Принцип добровольной поддержки. Основные подходы к социальной ответственности: рыночный, государственный, подход с позиции корпоративной совести и с позиции заинтересованных лиц. Благотворительность и меценатство. Особенности спонсорской деятельности. Гуманистический характер экономической этики, связанной с рыночной экономикой. Филантропическая деятельность, включающая заботу о благосостоянии собственных сотрудников</p>
<b>Раздел 2 Практические основы деловой коммуникации</b>	
Тема 7. Вербальное общение	<p>Основы деловой риторики. Коммуникативные эффекты и их использование в практической деятельности. Культура речи в деловом общении. Средства выразительности в деловой речи. Культура дискуссии. Особенности речевого поведения. Телефон в деловой практике и особенности проведения телефонного разговора.</p>
Тема 8. Невербальное общение	<p>Психология невербальной коммуникации. Классификация невербального общения. Кинесические особенности и их использование в деловой сфере. Визуальный контакт и его роль. Такесические особенности невербальной коммуникации и их использование. Проксемические особенности общения. Методика установки контакта на невербальном уровне.</p>
Тема 9. Особенности письменной деловой коммуникации	<p>Документальное общение и его особенности. Правила составления и оформления документов. Организация документального общения. Технические средства в деловой коммуникации. Особенности общения по радио и телевидению.</p>
Тема 10. Основы работы руководителя	<p>Личностные качества руководителя и их влияние на поведение руководителя. Воздействие руководителя на личность, коллектив. Выбор рационального стиля руководства. Принятие решений различной жесткости. Расположение к себе собеседника, убеждение и внушение. Манипулятивные действия. Спор и критика в деловом общении. Конфликты и их ликвидация.</p>
	<p>Психологически основы работы с клиентами. Учет интересов</p>

<p>Тема 11. Основы работы с клиентами</p>	<p>и запросов потребителей в сфере туризма. Умение убеждать и предлагать различные варианты. Умение слушать клиента, получать нужную для работы информацию.</p>
<p>Тема 12. Имидж делового человека</p>	<p>Имидж и его роль в деловой сфере. Требования к внешнему виду сотрудников фирмы. Дресс-код и его разновидности. Стили деловой одежды и их использование в практике. Психология цветового воздействия. Особенности использования цвета во внешнем виде.</p>
<p>Тема 13. Деловой этикет</p>	<p>Историко-литературное развитие норм этикета. Универсальность его основных черт. Общие принципы культуры – основные требования этикета: вежливость, корректность, тактичность, деликатность, скромность, естественность поведения, точность, обязательность. Светский и деловой этикет. Практические рекомендации по этикету в рамках делового общения с партнерами. Правила для слушающего. Нормы служебной субординации. Правила хорошего тона в неформальной обстановке и на официальных приемах. Деловые приемы правила их организации и проведения. Визитная карточка. Искусство комплимента и правила вручения подарков.</p>