

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ І. І. МЕЧНИКОВА
Кафедра маркетингу та бізнес-адміністрування**



Шмагіна В. В.

ПСИХОЛОГІЯ УПРАВЛІННЯ

**Методичні вказівки до практичних занять з дисципліни
для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
галузі знань 07 «Управління та адміністрування»**

ОЛДІПЛЮС

2022

УДК 005.32(076)
Ш71

Рецензенти:

Федосова К. С., канд. техн. наук, доцент, доцент кафедри готельно-ресторанного бізнесу Одеського національного технологічного університету;

Масленніков Е. І., д-р екон. наук, професор, професор кафедри менеджменту та інновацій Одеського національного університету імені І. І. Мечникова;

Селезньова О. О., д-р екон. наук, професор, професор кафедри маркетингу та бізнес-адміністрування Одеського національного університету імені І. І. Мечникова

*Рекомендовано до друку Вченою радою Економіко-правового факультету
ОНУ імені І. І. Мечникова
(протокол № 2 від 05.09.2022 р.)*

Шмагіна В. В.

Ш71 Психологія управління : методичні вказівки та рекомендації до практичних занять з дисципліни для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти галузі знань 07 «Управління та адміністрування» / В. В. Шмагіна – Одеса : Олді+, 2022. – 44 с.

У методичних вказівках наведено основні положення до підготовки до практичних занять з дисципліни «Стратегічне управління» для здобувачів першого (бакалаврський) рівня вищої освіти галузі знань 073 – Менеджмент галузі знань 07 «Управління та адміністрування». Основна мета рекомендацій – надати методичну допомогу здобувачам вищої освіти у підготовці до практичних занять дисципліни на аудиторних заняттях та у процесі самостійної роботи. Матеріал представлено у розрізі змістових модулів та тем.

УДК 005.32(076)

ЗМІСТ

Вступ.....	4
Мета та завдання навчальної дисципліни.....	4
Форми контролю і методи оцінювання.....	10
Структура навчальної дисципліни.....	13
Зміст тем, плани семінарських і практичних занять, завдання для самостійної роботи студентів.....	14
Питання до підсумкового контролю	39
Рекомендована література	42

ВСТУП

В методичних вказівках до практичних занять з дисципліни «Психологія управління» для студентів спеціальностей 073 – «Менеджмент», освітнього ступеня «Бакалавр» з метою повного представлення курсу наводяться: мета та завдання навчальної дисципліни; форми контролю; структура навчальної дисципліни; зміст тем, плани семінарських і практичних занять, завдання для самостійної роботи студентів; питання для підсумкового контролю та рекомендована література.

МЕТА ТА ЗАВДАННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Мета дисципліни – вивчення навчальної дисципліни «Психологія управління» спрямована на формування знань теорії та практики психології управління, як однієї з складових управління підприємства; теоретико – методичних та прикладних аспектів управління персоналом; створення конкурентоспроможних відносин з безпосереднім оточенням підприємства. А також створення соціально відповідальної політики спілкування з власним персоналом та контактними групами; можливості використання психологічних чинників для вирішення управлінських завдань.

Завдання дисципліни:

- засвоєння теоретичних основ управління психології управління різних рівнів;
- розуміння психологічних аспектів процесу керівництва різними видами спільної діяльності, а також міжособистісного спілкування на підприємстві та організації;
- розуміння психологічних аспектів діяльності керівників різних рівней управління підприємством;
- розуміння психологічної природи управлінських процесів;

- ознайомлення з сутністю, метою та інструментарієм управління психології;
- засвоєння загальних понять та інструментів діагностики корпоративної культури з точки зору психології управління;
- набуття практичних навичок з дослідження потенціалу управління персоналу з точки зору психології управління;
- набуття необхідних знань та практичних навичок щодо оцінювання моделей психології управління;
- ефективно вирішувати проблему підбору кадрів в організацію, аналізувати і покращувати психологічний клімат у колективі, правильно оцінювати власну діяльність.

Процес вивчення дисципліни спрямований на формування елементів наступних компетентностей:

Інтегральна компетентність: Здатність вирішувати складні завдання і проблеми у процесі навчання та професійної діяльності на основі дослідження існуючих підходів психології управління, а також проблеми у сфері професійної діяльності із поглибленим рівнем знань та вмінь інноваційного характеру, достатнім рівнем інтелектуального потенціалу.

Загальних компетентностей:

ЗК2. Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності та примножувати досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя.

ЗК3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу, синтезу.

ЗК4. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях

ЗК5. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.

ЗК6. Здатність спілкуватися державною мовою як усно, так і письмово.

ЗК8. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.

ЗК9. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.

ЗК10. Здатність до проведення досліджень на відповідному рівні.

ЗК11. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації.

ЗК12. Здатність генерувати нові ідеї (креативність).

ЗК13. Цінування та повага різноманітності та мультикультурності.

ЗК15. Здатність діяти на основі етичних міркувань (мотивів).

Спеціальних компетентностей:

СК6. Здатність діяти соціально відповідально і свідомо.

СК8. Здатність планувати діяльність організації та управляти часом.

СК9. Здатність працювати в команді та налагоджувати міжособистісну взаємодію при вирішенні професійних завдань.

СК10. Здатність оцінювати виконувані роботи, забезпечувати їх якість та мотивувати персонал організації.

СК11. Здатність створювати та організовувати ефективні комунікації в процесі управління.

СК13. Розуміти принципи і норми права та використовувати їх у професійній діяльності.

СК14. Розуміти принципи психології та використовувати їх у професійній діяльності.

СК15. Здатність формувати та демонструвати лідерські якості та поведінкові навички.

СК 04. Здатність до ефективного використання та розвитку ресурсів організації;

СК 05. Здатність створювати та організовувати ефективні комунікації в процесі управління;

СК 06. Здатність формувати лідерські якості та демонструвати їх в процесі управління людьми;

Програмні результати навчання:

Ключові:

ПРН1. Знати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського суспільства, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина України;

ПРН2. Зберігати моральні, культурні, наукові цінності та примножувати досягнення суспільства, використовувати різні види та форми рухової активності для ведення здорового способу життя;

ПРН6. Виявляти навички пошуку, збирання та аналізу інформації, розрахунку показників та обґрунтування управлінських рішень;

ПРН9. Демонструвати навички взаємодії, лідерства, командної роботи;

ПРН 10. Мати навички обґрунтування дієвих інструментів мотивування персоналу організації;

ПРН 11. Демонструвати навички аналізу ситуації та здійснення комунікації у різних сферах діяльності організації;

ПРН 13. Спілкуватись в усній та письмовій формі державною та іноземною мовами;

ПРН 14. Ідентифікувати причини стресу, адаптувати себе та членів команди до стресової ситуації, знаходити засоби до її нейтралізації;

ПРН 15. Демонструвати здатність діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних міркувань (мотивів), повагу до різноманітності та міжкультурності;

ПРН 16. Демонструвати навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним;

ПРН 17. Виконувати дослідження індивідуально та/або в групі під керівництвом лідера.

У результаті вивчення навчальної дисципліни здобувач вищої освіти повинен:

знати: психологічні закономірності управлінської діяльності, сукупність психологічних явищ і відносин в організації; розуміти психологічну природу

управлінських процесів, термінологію та характеристику поняття психологія управління; розуміти взаємозв'язок дисципліни «Психологія управління» з іншими бізнес – дисциплінами; вплив психології управління на розробку шляхів підвищення конкурентоздатності організаційних систем в цілому, та досягнення стратегічних цілей; методи використання знань з психології управління у бізнес-процесах для досягнення стратегічних цілей організації; підходи до управління персоналом організації; базові, окремі сфери психологічної сутності людини; вплив психології управління на створення та реалізацію корпоративної культури організації; сукупні складові соціально – психологічного портрету сучасного менеджера; стилі керівництва та методи подолання стресу; групову динаміку та основи формування колективу організації; психологічними методами управління неформальними лідерами та неформальними групами у колективі, а також неформальними комунікаціями; основні психологічні школи особистості та їх положення; базові підходи до типології особистості та вміння аналізувати поведінку персоналу; методи створення емоційно-позитивного та привабливого іміджу організації; психологічні основи рекламної діяльності; механізми впливу рекламного повідомлення; суть, основні поняття, функції поведінки споживачів. Сутність споживання у широкому та вузькому сенсі; психологічні аспекти ділового спілкування; взаємозв'язок ділового спілкування з корпоративною культурою; правила та принципи вирішення конфліктів; роль місце та значення психології управління в переговорному процесі; психологічні аспекти Public Relations (PR); інструменти моніторингу (контроль) ефективності дій при проведенні заходів по зв'язках з контактними групами;

вміти: ефективно вирішувати проблему підбору кадрів в організації; аналізувати психологічний клімат у колективі; робити порівняльний аналіз технократичного, особистого та психологічного підходів; виявляти загальні цілі реалізації концепції управління людськими ресурсами; скласти портрет лідера опираючись на різні класифікації; робити аналіз різних видів комунікацій; використовувати різні методи досліджень; використовувати методи

дослідження реклами, бренду та іміджу компанії; використовуючи метод наглядання аналізувати поведінку споживача; аналізувати інформацію з відкритих джерел, проводити первинний аналіз; проводити ділову гру та робити презентації в Powter Point.

ФОРМИ КОНТРОЛЮ І МЕТОДИ ОЦІНЮВАННЯ

(у т.ч. критерії оцінювання результатів навчання)

Поточний контроль:

- усний контроль: індивідуальне / фронтальне опитування за питаннями відповідної теми, оцінювання виконання рефератів (оцінювання доповіді та презентації);
- письмовий контроль: оцінювання розв'язання практичних задач, оцінювання розв'язання ситуаційних вправ та проблемних ситуацій.

Періодичний контроль:

- презентація проекту.

Підсумковий контроль: іспит.

Критерії оцінювання навчальних досягнень здобувачів вищої освіти за різними видами роботи

Вид роботи	Кількість балів
Поточний контроль:	
- Опитування за питаннями відповідної теми на практичному занятті, участь здобувачів в обговоренні проблемних питань	від 0 до 2
- Виконання рефератів за однією із запропонованих тем: доповідь та демонстрація презентації	від 0 до 4
- Розв'язання практичних задач, ситуаційних вправ та проблемних ситуацій	від 0 до 5
- Презентація проекту-кейсу	від 0 до 3
Періодичний контроль:	
- Контрольна робота за змістовними модулями у формі тестування	Від 0 до 10

Вид роботи	Бали	Критерії оцінювання
Опитування за питаннями відповідної теми на практичному занятті, участь здобувачів в обговоренні проблемних питань	0 балів	Здобувач не бере участь у практичному занятті, є лише спостерігачем; ніколи не виступає і не задає питання, незацікавлений у вивченні матеріалу; дає неправильні відповіді на запитання, показує незадовільне знання понятійного апарату і літературних джерел.
	1 бал	Здобувач іноді бере участь в практичному занятті; частково виступає і задає питання; допускає помилки під час відповідей на запитання; показує пасивну роботу на практичних заняттях; показує фрагментарні знання понятійного апарату і літературних джерел; показує невміння публічно представляти матеріал.

	2 бали	Здобувач бере активну участь у практичному занятті; демонструє глибокі знання, дає повні та детальні відповіді на запитання; бере активну участь у обговоренні проблемних питань, користується додатковою навчально-методичною та науковою літературою; вміє сформулювати своє ставлення до певної проблеми; висловлює власні міркування, наводить доцільні приклади; вміє знаходити найбільш адекватні форми розв'язання суперечностей; здатний публічно представити матеріал.
Виконання рефератів за однією із запропонованих тем: доповідь та демонстрація презентації	0 балів	Не зараховуються реферати (доповіді) та презентації, які виконані не самостійно або запозичені з мережі Інтернет.
	1 бал	Доповідь та презентація виконані самостійно, проте не опрацьована актуальність теми, теоретичний аналіз дано описово, змістовний матеріал представлений схематично, у висновку сформульовані загальні висновки (або вони взагалі відсутні), тема не розкрита, робота не відповідає вимогам.
	2 бали	Доповідь та презентація виконані самостійно, оформлення відповідає вимогам із незначними порушеннями, опрацьована актуальність теми, теоретичний аналіз містить неточності, але усно здобувач пояснює матеріал впевнено і за допомогою викладача виправляється, змістовний матеріал представлений добре, у висновку сформульовані загальні висновки, тема загалом розкрита із незначними прогалинами, інформація у презентації подана з посиланням на джерела, однак вони оформлені із помилками.
	3 бали	Доповідь та презентація виконані самостійно, оформлення відповідає вимогам, опрацьована актуальність теми із зазначенням невирішених раніше аспектів, теоретичний аналіз ґрунтовний та самостійний, здобувач усно та без допомоги викладача пояснює матеріал, змістовний матеріал представлений добре, у висновку сформульовані самостійні висновки, тема загалом розкрита, інформація у презентації подана із використанням самостійно розроблених схем, малюнків, графіків, містить посилання на джерела, які відповідно оформлені та є актуальними.
	4 бали	Доповідь та презентація виконані самостійно та оригінально, оформлення відповідає вимогам, актуальність теми повністю розкрита із зазначенням невирішених раніше аспектів, правильно визначені об'єкт і предмет, гіпотеза власного дослідження, метод відповідає тематиці та поставленій задачі, теоретичний аналіз ґрунтовний та самостійний, здобувач вільно презентує матеріал; зміст презентації не перевантажений слайдами з текстовим матеріалом; у висновку сформульовані самостійні ґрунтовні судження, підкріплені фактичними доказами та розрахунками, інформація на слайдах подана переважно схематично із використанням самостійно розроблених малюнків, графіків, містить посилання на джерела, які відповідно оформлені та є актуальними.
Розв'язання практичних задач, ситуаційних вправ та проблемних ситуацій	0 балів	Здобувач практичну задачу, ситуаційну вправу, проблемну ситуацію не виконав.
	1 бал	Здобувач виконав практичну задачу, розв'язав ситуаційну вправу, проблемну ситуацію, але недостатньо розкрив сутність, допускаючи при цьому суттєві неточності; відсутні сформовані уміння та навички дослідження і обґрунтування висновків; використано обмежену кількість джерел.

	2 бали	Здобувач виконав практичну задачу, розв'язав ситуаційну вправу, проблемну ситуацію, але демонструє фрагментарні знання предмету вивчення і дослідження, має ускладнення щодо виділення суттєвих його ознак, виявлення причинно-наслідкових зв'язків і формулювання висновків; використано обмежену кількість джерел.
	3 бали	Здобувач виконав практичну задачу, розв'язав ситуаційну вправу, проблемну ситуацію, у повній мірі демонструє знання предмету вивчення, чітко описує суттєві його ознаки, виявляє причинно-наслідкові зв'язки і формулює висновки; вільно використовує набуті теоретичні знання при аналізі практичного матеріалу; окрім рекомендованої літератури використовує додаткову, демонструє знання змісту відповідних нормативно-правових актів.
	4 бали	Здобувач виконав практичну задачу, розв'язав ситуаційну вправу, проблемну ситуацію, у повній мірі обґрунтовує обрані методи та інструменти дослідження, повно і чітко представляє основні теоретичні поняття для аналізу практичного матеріалу; в аналітичній / розрахунковій частині надає повноцінний аналіз проблеми, що досліджується, її всебічне висвітлення, у висновку формулює розгорнуті висновки, окрім рекомендованої літератури використовує додаткову, демонструє знання змісту відповідних нормативно-правових актів.
	5 балів	Здобувач виконав практичну задачу, розв'язав ситуаційну вправу, проблемну ситуацію, у повній мірі демонструє володіння навичками наукового дослідження; виявляє самостійність у підборі, аналізі та узагальненні відповідної статистичної та аналітичної інформації; із розглянутої проблеми робить чіткі вірні висновки. Здобувач виконує задачу, розв'язує ситуаційну вправу, проблемну ситуацію з творчим підходом, використовуючи нешаблонні фрази, демонструє розгорнуте, цікаве бачення, яке відрізняється власними роздумами, висновками; окрім рекомендованої літератури використовує додаткову, демонструє знання змісту відповідних нормативно-правових актів.
Поточне тестування за темами	0 балів	Тестування не виконано.
	1 бал	Тестування виконано в повному обсязі, не менш ніж 33% відповідей є правильними, відповіді на відкриті питання – не логічні, з явними суттєвими помилками у визначеннях.
	2 бали	Тестування виконано в повному обсязі, не менш ніж 66% відповідей на запитання є правильними, відповіді на відкриті питання – загалом правильні, проте наявні деякі помилки у визначеннях.
	3 бали	Тестування виконано в повному обсязі, всі 100% відповідей на запитання є правильними, відповіді на відкриті питання – повні та обґрунтовані.
Контрольна робота за змістовними модулями у формі тестування	0 балів	Відповідь на запитання неправильна.
	0,4 бали	Відповідь на запитання правильна.

СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Назви тем	Кількість годин									
	Очна форма					Заочна форма				
	Усього	у тому числі				Усього	у тому числі			
		л	п/с	лаб	ср		л	п/с	лаб	Ср
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Змістовий модуль 1. Теоретичні основи психології управління організацією										
Тема 1. Психологія управління, як одна з складових досягнення стратегічної мети організації.	6	2	4	-	-	-	-	-	-	-
Тема 2. Взаємозв'язок психології управління з управлінням персоналу, HR – менеджменту.	6	2	4	-	-	-	-	-	-	-
Тема 3. Психологічна складова у створені і впроваджені корпоративної культури	7	2	4	-	2	-	-	-	-	-
Разом за змістовним модулем 1	20	6	12	-	2	-	-	-	-	-
Змістовий модуль 2. Використання психології управління у внутрішній діяльності організації										
Тема 4. Менеджер як Об'єкт психології управління.	6	2	4	-	-	-	-	-	-	-
Тема 5. Колектив, стадії життєвого циклу. Групова динаміка формування колективу.	8	2	4	-	2	-	-	-	-	-
Тема 6. Сутність, основні поняття комунікацій у колективі. Класифікації формальних та неформальних комунікацій	6	2	4	-	-	-	-	-	-	-
Тема 7. Психологічні аспекти управління персоналу. Персонал як об'єкт управління.	6	2	4	-	-	-	-	-	-	-
Разом за змістовним модулем 2	26	8	16	-	2	-	-	-	-	-
Змістовий модуль 3. Психологія управління контактними аудиторіями організації										
Тема 8. Вплив іміджу та бренду компанії на психологічне сприйняття та конкурентоспроможність компанії	8	2	4	-	2	-	-	-	-	-
Тема 9. Психологія управління рекламою та її вплив на прийняття рішень о покупці товару /послуг	8	2	4	-	2	-	-	-	-	-
Тема 10. Психологія управління поведінкою споживачів	8	2	4	-	2	-	-	-	-	-

Тема 11. Психологічні аспекти співпраці з посередниками. Етапи співпраці.	8	2	4		2				
Тема 12. Психологічні основи ділового етикету	8	2	4		2				
Тема 13. Взаємодія з партнерами та переговорний процес.	8	2	4		2				
Тема 14. PR, як інструмент налагодження взаємодії з суспільством	6	2	4						
Тема 15. Інструментарій психології управління. Методи та інструменти впливу	6	2	4						
Разом з змістовним модулем 3	60	16	32	-	12				-
Усього годин	106	30	60	-	16				-

ЗМІСТ ТЕМ, ПЛАНИ СЕМІНАРСЬКИХ І ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ, ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ СТУДЕНТІВ

Змістовий модуль 1. Теоретичні основи психології управління організацією

Тема 1. Психологія управління, як одна з складових досягнення стратегічної мети організації.

Психологія управління – наука про психологічні основи управлінської діяльності. Основні поняття, означення, сутність, функції психології управління, як однією з складових конкурентного потенціалу підприємства. Психологія управління як складова міждисциплінарної галузі наукових та практичних знань. Взаємозв'язок дисципліни «Психологія управління» з бізнес – дисциплінами.

Взаємозв'язок психологічних аспектів управління з управлінською діяльністю. Вплив психології управління на розробку шляхів підвищення конкурентоздатності організаційних систем в цілому, та досягнення стратегічних цілей.

Переваги використання психології управління у керівництві організацією. Приділення уваги до обов'язково використання знань з психології управління у бізнес-процесах та досягнення стратегічних цілей організації.

Практичне заняття – 4 години.

I. РОЗГЛЯД ТЕОРЕТИЧНИХ ПИТАНЬ

1. Взаємозв'язок психології управління з загальним управлінням організацією.

2. Управління працею: «людина – праця»; «людина – умови праці».

3. Управління взаємодією всередині організації: «людина – людина»; «керівник – підлеглий»; «керівник – група»; «керівник – керівник», «робітник – робітник», «робітник – клієнт» та інші.

4. Управління організацією «організація – людина»: «організація – керівник»; «структури організації – керівник»; «організація – робітник»; «структури організації – робітник» та інші.

5. Управління взаємодією з безпосереднім оточенням організації: «організація – зовнішнє середовище»; «керівник – бізнес – партнер» та інші.

I. ПЕРЕВІРКА ЗНАНЬ СТУДЕНТІВ У ФОРМІ ОПИТУВАННЯ

1. Основні поняття, означення, сутність психології управління.

2. Функції психології управління та їх впровадження на практиці.

3. Міждисциплінарність у психології управління.

4. Роль та місце та значення психології управління у менеджменті.

5. Роль та місце психології управління у маркетингу.

6. Роль та місце та значення психології управління у комунікативному процесі.

Опитування, реферат, презентація.

Джерела, рекомендовані до заняття [2; 3; 4].

Тема 2. Взаємозв'язок психології управління з управлінням персоналу та HR – менеджменту.

Підходи до управління персоналом організації. Особистісний та психологічний підхід.

Психологія управління – психологічні основи управлінської діяльності.

Сучасні концепції управління персоналом базуються: на принципах і методах адміністративного управління, та на концепції всебічного розвитку особистості і теорії людських відношень.

У системі управління персоналом можна визначити: оперативний рівень управління (переважає кадрова робота); тактичний рівень управління (переважає управління персоналом); стратегічний рівень управління (переважає управління людськими ресурсами); кадровий рівень управління корпорацією (розроблення та контроль за реалізацією кадрової політики).

Концепції управління людськими ресурсами. Розгляд співробітників як ключового ресурсу є фундаментом даної концепції та передбачає створення умов виявлення, розвитку та максимального використання всіх можливостей та здібностей, закладених у особистості. Наявність взаємозв'язку психології управління, управління персоналу, маркетингу персоналу та HR – менеджменту. Особливості використання.

Головні завдання HR-менеджменту: комплектація штату організації відповідно до стратегії розвитку, а також з метою реалізації виробничого плану, враховуючи конкретні фінансові показники; створення системи підготовки керівного резерву, забезпечення наслідування керівництва та зменшення ризиків кадрових втрат; прийняття рішення про використання менеджерів, що не виконують свої завдання; спрямування служби управління персоналом на досягнення виробничих результатів.

Практичне заняття – 4 години.

І. РОЗГЛЯД ТЕОРЕТИЧНИХ ПИТАНЬ

1. Порівняльний аналіз технократичного, особистого та психологічного підходів.

2. Технократичний підхід – мінімізація особистісного та психологічного фактора управління. Можливості використання.

3. Особистісний підхід – максимально врахування міжособистісних відносин; особистості співпрацівників. Переваги та недоліки.

4. Недоліки психологічного підходу.

5. Базові, окремі сфери психологічної сутності людини (несвідоме, поведінка, пізнавальна сфера та ін.) психологічного підходу.

II. ПЕРЕВІРКА ЗНАНЬ СТУДЕНТІВ У ФОРМІ ОПИТУВАННЯ

1. Сучасні концепції управління персоналом та методи адміністративного управління.

2. Сучасні концепції управління персоналом та концепції всебічного розвитку особистості.

3. Сучасні концепції управління персоналом теорії людських відношень.

4. Концепції управління людськими ресурсами та створення лояльного відношення до компанії.

5. Загальні цілі реалізації концепції управління людськими ресурсами.

6. Умови провадження концепції психології управління у організації.

Завдання для самостійної роботи – 1 година

Опитування. Розв'язання практичних задач, ситуаційних вправ та проблемних ситуацій.

Джерела, рекомендовані до заняття [3; 4; 5].

Тема 3. Психологічна складова у створені і впроваджені корпоративної культури.

Основні поняття, умови створення та впровадження корпоративної культури. Еволюційні підходи до концепцій від «Духу організації» – до концепції «Корпоративної культури». Вплив психології управління на створення та реалізацію корпоративної культури організації.

Роль, місце та значення корпоративної культури у різних сферах діяльності.

Рівні корпоративної культури. Зовнішній рівень – утворює візуальні об'єкти культури: стиль одягу, корпоративна етика, символи, організаційні церемонії, корпоративні традиції, урочистості, оформлення офісів. Внутрішній

відображається у поведінці співробітників компанії, цінностях. Ідеологічний рівень – основоположні припущення і глибокі переконання.

Психологічна складова у створенні та впровадженні сприятливого клімату в організації та за її межами. Вибір контактних аудиторій.

Корпоративний етичний кодекс – це добірка норм та правил поведінки для усіх працівників організації. Регулює формальні та неформальні відносини й принципи співпраці.

Створення Кодексу корпоративної культури організації. Структура та складові Кодексу корпоративної культури організації: Включають положення про цінності організації, її філософію та стратегічні цілі. Регулюють зобов'язання перед контактними аудиторіями. Докладно розроблені правила, інструкції, стандарти включаючи санкції, передбачені у випадках порушення кодексу.

Практичне заняття – 4 години.

I. РОЗГЛЯД ТЕОРЕТИЧНИХ ПИТАНЬ

1. Основні поняття корпоративної культури організації.
2. Значення психології управління у створенні Кодексу корпоративної культури організації.
3. Складові Кодексу корпоративної культури.
4. Взаємозв'язок корпоративної культури та досягнення стратегічних цілей.
5. Взаємозв'язок корпоративної культури та місії.

II. ПЕРЕВІРКА ЗНАНЬ СТУДЕНТІВ У ФОРМІ ОПИТУВАННЯ

Завдання для самостійної роботи – 1 година.

Завдання до теми 3.

Розробити кейс за темою «Психологічна складова у створенні і впровадженні корпоративної культури».

З відкритих джерел отримати та проаналізувати інформацію:

- Корпоративний кодекс організації;
- Проаналізувати структуру корпоративного кодексу;

- виявити психологічну складову, яка місце у Кодексі корпоративної культури обраної організації.

Презентація за темою № 3 кейсу «Психологічна складову у створені і впроваджені корпоративної культури» Розв'язання практичних задач, виконання ситуаційних вправ, обговорення проблемних ситуацій за темою.

Джерела, рекомендовані до заняття [1; 3;4].

Змістовий модуль 2. Використання психології управління у внутрішній діяльності організації

Тема 4. Менеджер, як об'єкт психології управління.

Сукупні складові соціально – психологічного портрету сучасного менеджера: професійні знання, уміння, навички у сфері управлінської діяльності; наявність професійних компетенцій у відповідній виробничій сфері; етична культура; психологічна культура. Особистості якості менеджерів різних рівней.

Класифікація різних типів менеджерів. Стили керівництва. Вивчення та оцінка діяльності і властивостей особистості менеджера. Ситуаційні підходи до лідерства. Вимоги до особистості менеджера. Найважливіші якості. Взаємини менеджера з співробітниками. Навички психологічного аналізу поведінки людей.

Підходи до аналізу управлінської діяльності менеджера. Вплив самоменеджменту тайм-менеджменту на ефективність організації роботи менеджера.

Професійне вигорання менеджера. Симптоми професійного вигорання: психофізичні, соціально-психологічні, поведінкові симптоми. Стресостійкість та шляхи подолання стресу.

Класифікація лідерства по Ральфу Стогдиллом: як центр групових інтересів і процесів; як прояв особистісних рис; як мистецтво досягнення згоди; як поведінка і дії; як інструмент досягнення мети та результату; як результат

групової взаємодії; як вміння переконувати; як здійснення впливу; як владні відносини; як результат рольової диференціації; як ініціація і конструювання структури групи.

Також – лідерство, як бачення перспективи та як слідування особливим цінностям. Прихильність особливим, найбільш привабливим для послідовників.

Практичне заняття – 4 год.

I. РОЗГЛЯД ТЕОРЕТИЧНИХ ПИТАНЬ

1. Рівні менеджерів підприємства:

- top management, тобто вища ланка управління (генеральний директор та інші члени правління) – особисті, професійні, психологічні якості менеджера;

- middle management – середня ланка управління (керівники управлінь та самостійних відділів) – особисті, професійні, психологічні якості менеджера;

- lower management – нижчі ланки управління (керівники підрозділів та інших аналогічних їм підрозділів) – особисті, професійні, психологічні якості менеджера.

2. Ситуації та фактори, що впливають на вибір стилю керівництва.

Анархічний стиль керівництва та самовідмежування керівника від процесу управління. Набір факторів вибору анархічного стилю керівництва.

Директивний стиль та авторитарний керівник. Набір факторів вибору директивного стилю керівництва.

Демократичний стиль керівництва та ліберальний стиль керівництва. Набір факторів вибору демократичного стилю керівництва.

3. Фактори зростання стресу через дефіцит часу: зростання інформації; швидкість «старіння інформації»; швидкість передавання інформації.

4. Аналіз організації часу менеджера. Шляхи найефективнішого розподілу часу для досягнення цілей організації.

5. Етапи подолання стресу. Визначення проблеми. Зміна поглядів на проблему. Приймання проблеми і зменшення фізичного ефекту стресу. Комплексні способи подолання стресу.

6. Портрет професійного вигорання менеджера: психофізичні симптоми, соціально-психологічні та поведінкові симптоми.

7. Портрет лідерських якостей керівника.

Завдання для самостійної роботи – 2 години.

ПЕРЕВІРКА ЗНАНЬ, УМІНЬ та НАВИЧОК СТУДЕНТІВ У ФОРМІ розробки ними кейсу

Почати підготовку створення проекту «Психологічний портрет лідеру».

Завдання до теми 4.

1. Спробуйте скласти "портрет" лідеру кожного типу, спираючись на класифікацію Р. Стогдилла.

2. Оформити свої дослідження у вигляді презентації. Опитування. Презентація.

Джерела, рекомендовані до заняття [3].

Тема 5. Колектив, стадії життєвого циклу. Групова динаміка формування колективу.

Сутність поняття колектив. Структура, типи, функції та основи формування.

Групова динаміка та основи формування колективу організації. Ознаки колективу: спільна мета; спільна діяльність; взаємозалежні відносини відповідальності; загальне керівництво. Особисті та ділові типи відносин у колективі. Міжособисті взаємінність у колективі.

Процес створення трудового колективу: встановлення конкретних цілей; складання графіку робіт; узгодження різних видів робіт (проведення експерименту); організаційна робота з розподілу повноважень; постановка цілей колективу та кожному співробітнику ; аналіз ходу і результатів роботи; забезпечення зворотного зв'язку.

Стадії життєвого циклу та його характеристики. Формування (зародження) колективу – формування усіх видів відносин. Становлення колективу – формування активу колективу. Зрілість – основні регулятори поведінки сформованих груп. Старіння колективу – статика, орієнтація на інноваційні процеси, адаптація до можливої зміни оточення.

Основні відмінності формальних і неформальних груп.

Практичне заняття – 4 години.

I. РОЗГЛЯД ТЕОРЕТИЧНИХ ПИТАНЬ

1. Побудовування взаємозв'язку бізнес-процесів з методами психології управління.

2. Основні характеристики формальних і неформальних груп.

3. Особливості появи неформальних лідерів та груп у колективі.

4. Характерні риси відносин на стадії формування трудового колективу: наявність групи мало пов'язаних між собою людей, відсутність соціального контролю, традицій.

5. Відносин, норми поведінки, правила регулювання внутрішньо колективних зв'язків. Затвердження певного стилю керівництва та роботи на стадії формування.

6. Формальний характер колективу та автократичний стиль керівництва.

7. Основні риси стадії становлення колективу. Складання традиції та формування корпоративної культури. Визначення позицій, цілей і мотиви діяльності співробітників. Активізація діяльності.

8. Ознаки стадії зрілості колективу – виконання усіх функцій, зміцнення регуляторів поведінки співпрацівників, створення сприятливого морально-психологічний клімату, використання соціально-психологічних методів впливу, соціальний контроль.

9. Характерні риси стадії зрілості. Високі економічні показники, збіг особистих інтересів з інтересами колективу, взаємна вимогливість.

10. Характерні риси стадії старіння колективу. Статика колективу перестає розвиватися, втрата здатності до адаптації. Консервативний характер соціального контролю.

11. Роль керівника на стадії старіння колективу. Підтримка колективу в стані відкритості, орієнтація на інновації. Набор нового персоналу залежності від цілей організації.

Завдання для самостійної роботи – 2 години.

ПЕРЕВІРКА ЗНАНЬ, УМІНЬ та НАВИЧОК СТУДЕНТІВ У ФОРМІ розробки ними кейсу «Колектив, стадії життєвого циклу. Групова динаміка формування колективу».

1. На прикладі колективу зробіть аналіз використовуючи модель життєвого циклу.

2. Проаналізуйте наявність рис формальних та неформальних груп у колективі.

3. Зробіть висновки та презентуйте свої дослідження.

Опитування. Презентація.

Джерела, рекомендовані до заняття [5; 9; 11].

Тема 6. Сутність, основні поняття комунікацій у колективі. Класифікації формальних та неформальних комунікацій.

Організаційні комунікації. Основні завданнями комунікацій у процесі управління. Типи комунікацій: зовнішні; внутрішні комунікації. Міжрівневі вертикальні комунікації. Горизонтальні комунікації. Комунікації за допомогою зворотного зв'язку. Двосторонні комунікації. Комунікаційні бар'єри.

Управління формальними комунікаціями в організації має два основних аспекти. Формальне регламентування процесів управління. Інформаційне забезпечення формальних комунікацій. Регуляція комунікаційних потоків і організація комунікацій для вирішення поточних завдань. Регуляція горизонтальних формальних комунікацій.

Класифікація неформальних комунікацій. Соціальні чутки і плітки, як взаємно додаткові елементи. Стратегія боротьби з чутками. Основними соціальними функціями неформальної комунікації. Неформальна комунікація в стимулюванні та вирішенні соціальних конфліктів. Управління неформальними комунікаціями з позиції керівника та неформального лідера.

Методи проведення аналізу неформальних комунікацій в організації. Метод соціометрії. Метод мережевого аналізу. Етапи аналізу мереж . Методики визначення показників міжособистісних відносин в колективі.

Практичне заняття – 4 години.

І. РОЗГЛЯД ТЕОРЕТИЧНИХ ПИТАНЬ

1. Класифікація організаційних комунікацій.
2. Проаналізуйте особливості зовнішніх комунікацій.
3. Проаналізуйте особливості внутрішніх комунікацій.
4. Роль та значення створення ефективних бізнес – комунікацій організації.
5. Методи створення ефективних горизонтальних комунікацій.
6. Методи створення ефективних вертикальних комунікацій.
7. Методи створення комунікаційних потоків.
8. Організація комунікацій для вирішення поточних завдань.

Завдання для самостійної роботи – 2 години.

ПЕРЕВІРКА ЗНАНЬ, УМІНЬ та НАВИЧОК СТУДЕНТІВ У ФОРМІ розробки ними проекту-кейсу «Сутність, основні поняття комунікацій у колективі. Класифікації формальних та неформальних комунікацій».

Завдання до теми 6.

1. Проаналізуйте типи комунікацій.
2. Обґрунтуйте свою думку.
3. Презентуйте свої дослідження.

Опитування. Презентація.

Джерела, рекомендовані до заняття [9;10; 11].

Тема 7. Психологічні аспекти управління персоналу. Персонал як об'єкт управління.

Базові підходи до типології особистості та вміння аналізувати поведінку персоналу. Основні психологічні школи особистості та їх положення. Мета – розуміння поведінки іншої людини. Планування поведінки керівника в спілкуванні для ефективного управління організацією.

Школа прикладної психоаналізу. Психоаналіз Зігмунда Фрейда. Представники школи – Альфред Адлер, Карл Юнг та ін. Основи психоаналізу. Доктрина психологічного детермінізму. Розуміння справжніх причини, що призвели до вчинків. Доктрина першорядної важливості несвідомих процесів. "Топографічна модель". Рівні: свідомість; передсвідоме; несвідоме. Механізми опіру та захисту. Індивідуальна теорія особистості Альфреда Адлера. Типи особистості.

Школа біхевіоризму, або поведінкова школа. Засновник Джон Уотсон. Кредо: "Предметом психології є поведінка". Стимул – зміна зовнішнього середовища. Реакція – відповідь організму на стимул. Б. Ф. Скіннер – спостереження за поведінкою людини, та відповідні висновки. Набір реакцій залежить тільки від його попереднього досвіду і його генетичної історії.

Особистість з позиції біхевіоризму – сукупність поведінкових реакцій, властивих цій людині. Навички складають основу щодо сталого поведінки, вони пристосовані до певних життєвих ситуацій, а зміна життя веде до формування нових навичок. Провідною в біхевіоризмі є взаємозалежність стимулу і реакції. Певний стимул викликає певну поведінкову реакцію.

Підходи до типології особистості.

Типологія Е. Кречмера – певному типу характеру відповідає певний тип статури, який означає психічні особливості людей. Основні типи: астеники, пікніки, атлетики. Типологія У. Шелдона структура тіла визначає темперамент, що є його функцією.

Типологія К. Юнга – типи людей на підставі психологічних відмінностей, які вважав вродженими. Екстраверти та інтроверти.

Типологія К. Леонгарда – метод оцінки темпераменту і характеру людини. Позитивні риси особистості, які можна з успіхом використовувати в роботі, так і негативні сторони які можуть викликати конфліктну ситуацію.

Командна праця та переваги: підвищення продуктивності, покращує комунікацію, краще використовує ресурси, більш креативна і ефективна при вирішенні проблем, ін.

Практичне заняття – 4 години.

I. РОЗГЛЯД ТЕОРЕТИЧНИХ ПИТАНЬ

1. Базові підходи до типології особистості.
2. Основні психологічні школи особистості та їх положення.
3. Планування поведінки керівника в спілкуванні для ефективного управління організацією.
4. Особливості школи прикладної психоаналізу.
5. Представники школи психоаналізу та. доктрина психологічного детермінізму.
6. "Топографічна модель" сутність та складові
7. Індивідуальна теорія особистості Альфреда Адлера. Типи особистості.
8. Школа біхевіоризму, або поведінкова школа. Загальна ідея та її складові.
9. Підходи до типології особистості. Типологія Е. Кречмера.
10. Типологія К. Юнга. Основні висновки
11. Типологія К. Леонгарда
12. Переваги командної праці.

Завдання для самостійної роботи –2 години.

ПЕРЕВІРКА ЗНАНЬ, УМІНЬ та НАВИЧОК СТУДЕНТІВ У ФОРМІ розробки ними кейсу «Розуміння поведінки іншої людини».

Завдання до теми 7

- 1 Зробіть самостійний аналіз.
 - Поспостерігайте за своєю поведінкою і виявите подібні поведінкові виверти.

- Поспостерігайте за своїми друзями, родичами з метою виявлення описаних дій. Проаналізуйте, які справжні бажання можуть бути приховані за тим чи іншим поведінкою.

2. Зробіть виводи з особистої поведінки.

3. Зробіть кейс

Опитування. Презентація.

Джерела, рекомендовані до заняття [5; 10].

Змістовий модуль 3. Психологія управління контактними аудиторіями організації

Тема 8. Вплив іміджу та бренду компанії на психологічне сприйняття та конкурентоспроможність компанії.

Поняття іміджу – спеціально створений емоційно-позитивний образ організації на ринку товарів та послуг. Вплив позитивно – емоційного іміджу організації на конкурентоздатність організації.

Мета, задачі створення іміджу організації. Створення емоційно-позитивного та привабливого іміджу комерційної організації. Можливість зайняти та утримувати лідируючі позиції на ринку.

Фактори, засоби та складові формування іміджу. Соціокультурна складова організації: моральні цінності, місія, корпоративна культура, відповідальність, результативність, сервісне обслуговування. Візуальні засоби: дизайнерські прийоми формування іміджу – створення упакування, оформлення вітрин, офісів, виставок, розробку макетів оголошень, то що. Вербальні засоби: спеціально підібрана стилістика, орієнтований на нестатки споживача. Рекламні засоби. PR-заходи.

Типи іміджу. Місце та роль бренду на психологічне сприйняття та конкурентоспроможність компанії.

Практичне заняття – 4 години.

I. РОЗГЛЯД ТЕОРЕТИЧНИХ ПИТАНЬ

1. Створення ретельно продуманого іміджу організації, яка формує позитивний образ у споживачів. Етапи.

2. Комплексний підхід до створення емоційно-позитивного іміджу організації. Основні напрямки.

3. Умови та особливості створення корпоративного іміджу.

4. Формування нематеріальних активів організації. Брендінг та його роль та місце в психології управлінням організацією.

5. Умови використання дзеркального, цільового (або бажаного), демонстрованого і поточного іміджу певного об'єкта.

6. Особливості одиничного та множинного іміджу.

7. Складові корпоративного іміджу.

8. Складові бренду організації, товару.

Завдання для самостійної роботи – 2 години.

II. ПЕРЕВІРКА ЗНАНЬ, УМІНЬ та НАВИЧОК СТУДЕНТІВ У ФОРМІ

Завдання до теми 8

Розробка кейсу «Аналіз відомих брендів з точки зору психології управління».

1. Вибрати два відомих бренда.

2. Проаналізувати іміджеві складову. Виявити задіяні комплексні складові іміджу.

3. Проаналізувати типи, види, життєвий цикл обраних брендів з точки зору психології управління.

Опитування. Презентація.

Джерела, рекомендовані до заняття [3; 4; 7;].

Тема 9. Психологія управління рекламною діяльністю та її вплив на прийняття рішень о покупці товару/послуг.

Психологічні основи рекламної діяльності. Психологія реклами вивчає: механізм її впливу на мозок людини; особливості сприйняття людьми окремих виразних засобів – тексту, зображення, кольору, графічного оформлення тощо.

Вплив реклами з урахуванням усвідомлення потреб споживачів. Інструменти впливу реклами. Вплив реклами на її емоційне сприйняття.

Вплив кольору та світла на сприйняття рекламного повідомлення.

Використання світла у рекламі та його сприйняття споживчим.

Семантика кольору. Сприйняття кольору залежно від емоційного стану людини.

Механізми впливу рекламного повідомлення. Формула AIDA.

Життєвий цикл рекламного повідомлення.

Практичне заняття – 4 години.

І. РОЗГЛЯД ТЕОРЕТИЧНИХ ПИТАНЬ

1. Психологічні засади організації рекламної діяльності організації.

2. Психологічні процеси, що сприяють взаємодії рекламодавця і споживача з метою ефективного задоволення попиту останнього.

3. Елементи планування рекламної компанії: визначення цілей рекламної кампанії; вивчення споживчих характеристик товарів (послуг); визначення контактної аудиторії; формулювання завдань комунікативної діяльності (стратегія комунікацій, комунікативні засоби розповсюдження реклами); вибір рекламних аргументів.

Завдання для самостійної роботи – 2 години.

Завдання до теми 9.

ПЕРЕВІРКА ЗНАНЬ, УМІНЬ та НАВИЧОК СТУДЕНТІВ У ФОРМІ розробки ними кейсу «Аналіз реклами виробника товарів у виробничій та послуг у невиробничій сфері».

1. Вибрати рекламу відомих брендів.

2. Зробити аналіз життєвого циклу реклами.

3. Проаналізувати інструменти впливу реклами на її емоційне сприйняття.

4. Використовуючи формулу AIDA проаналізувати рекламу з точки зору психології управління.

Опитування. Презентація.

Джерела, рекомендовані до заняття [3; 4; 7].

Тема 10. Психологія управління поведінкою споживачів.

Суть, основні поняття, функції поведінки споживачів. Сутність споживання у широкому та вузькому сенсі. Дослідження споживання

у психології – вивчення споживання у рамках мотиваційної теорії, теорії рис характеру, та теорії самооцінки.

Дослідження споживання у маркетингу – дослідження купівельної поведінки, дослідження поведінки споживачів, та дослідження споживання.

Теорії мотивації – Мотивація протилежних процесів. Теорія підтримання оптимального рівня стимулювання. Види споживчих ризиків.

Потреба як складова поведінки споживача. Спосіб життя споживача. Методи вивчення способу життя споживача АІО. Класифікація VALS – цінності та спосіб життя. Особливості типів споживачів: «Актуалайзери» (actualizers) та «Само реалізовані» (fulfilleds), «Довірливі» (believers), «Успішні» (achievers), «Прагнучі» (strivers), «Експериментатори», чи «випробувачі» (experiencers), «Мейкери» (makers), «Вживаючі, борються за життя» (strugglers)

Модель LOV (List of Values) Містить 9 цінностей, які респонденти ранжирують за значимістю: самореалізація, хвилювання, почуття руху, самоповагу, відчуття до, бути шановним, безпеку, забава і задоволення, теплі стосунки з іншими.

Практичне заняття – 4 години.

І. РОЗГЛЯД ТЕОРЕТИЧНИХ ПИТАНЬ

1. Аналіз споживачів з точки зору психології управління (психоаналітична теорія, мотиваційна теорія, теорія характерних рис, теорія самооцінки).

2. Аналіз споживачів з точки зору теорії маркетингу – дослідження купівельної поведінки, дослідження поведінки споживачів, та дослідження споживання.

3. Головні напрями теорій аналізу поведінки споживача.

4. Особистості споживання у узькому та широкому сенсі.

5. Потреба, як складова поведінки споживача.

6. Особливості типів споживачів: «Актуалайзери» (actualizers) та «Само реалізовані» (fulfilleds), «Довірливі» (believers), «Успішні» (achievers), «Прагнучі» (strivers), «Експериментатори», чи «випробувачі» (experiencers), «Мейкери» (makers), «Вживаючі, борються за життя» (strugglers).

7. Модель LOV (List of Values) Містить 9 цінностей, які респонденти ранжують за значимістю: самореалізація, хвилювання, почуття руху, самоповагу, відчуття до, бути шановним, безпеку, забава і задоволення, теплі стосунки з іншими.

Завдання для самостійної роботи – 2 години.

ПЕРЕВІРКА ЗНАНЬ, УМІНЬ та НАВИЧОК СТУДЕНТІВ У ФОРМІ розробки ними проекту – кейсу «Аналіз поведінки споживачів».

Завдання до теми 10.

1. Зробить самостійний аналіз.

2. Поспостерігайте за своєю поведінкою як споживача та виявити подібні поведінкові виверти.

– Поспостерігайте за своїми друзями, родичами з метою виявлення їх споживчої поведінки.

3. Проаналізуйте, які справжні бажання можуть бути приховані за тий чи іншою формою поведінки. Зробить висновки.

4. Зробить кейс та презентуйте його.

Опитування. Презентація.

Джерела, рекомендовані до заняття [3; 4; 6; 7].

Тема 11. Психологічні аспекти співпраці з посередниками. Етапи співпраці.

Ділове спілкування, його поняття і особливості. Загальні правила ділового спілкування. Основні характеристики ділового спілкування включають наступні складові: Сегментування. Конкретність. Точність. Своєчасність. Повторюваність. Багатоканальність. Безпосередність. Наявність зворотного зв'язку.

Основні психологічні принципи ділового спілкування: Взаємність. Переконливість. Обов'язковість. Послідовність. Прагнення до консенсусу. Особиста симпатія.

Взаємозв'язок ділового спілкування з корпоративною культурою. Етика спілкування сильно залежить від моральних принципів: Чесність. Відкритість. Лояльність. Побудова консенсусу.

Основні стилі спілкування у бізнесі: аналітичний, інтуїтивний, функціональний і особистий.

Типи вербального (словесного) спілкування. Невербальне спілкування.

Невербальне спілкування та засоби невербальної комунікації: Тілесний контакт. Дистанція між співрозмовниками. Орієнтація, тобто положення людей, які стоять або сидять, по відношенню один до одного. Зовнішній вигляд. Поза тіла. Міміка. Жести. Погляд. Паравербальні та екстравербальні сигнали.

Ділова етика та загальні правила поведінки. Демонстрація розумного егоїзму, пунктуальності, доброзичливості і позитивного настрою. Конфіденційність. Передбачуваність і доречність поведінки. Правило «безстатевого спільноти». Чітка організація робочого простору. Статусні відмінності. Ефективність. Зовнішній вигляд. Грамотність та професіоналізм.

Правильна жестикуляція. Мова жестів.

Практичне заняття – 4 години.

I. РОЗГЛЯД ТЕОРЕТИЧНИХ ПИТАНЬ

1. Основні характеристики ділового спілкування.
2. Основні психологічні принципи ділового спілкування.
3. Взаємозв'язок ділового спілкування з корпоративній культурою.
4. Основні стилі спілкування у бізнесі: аналітичний, інтуїтивний, функціональний і особистий.
5. Типи вербального (словесного) спілкування.
6. Типи невербальне спілкування.
7. Ділова етика та загальні правила поведінки
8. Принципи ділового етикету.
9. Етикетні правила розмови по телефону. Психологічні особливості телефонного спілкування.
10. Поняття ділового – службового етикету.
11. Правила та принципи вирішення конфліктів інтересів. Принцип утилітаризму. Принцип морального імперативу. Принцип розставлення пріоритетів.

Завдання для самостійної роботи – 2 години.

ПЕРЕВІРКА ЗНАНЬ, УМІНЬ та НАВИЧОК СТУДЕНТІВ У ФОРМІ ігри – кейсу «Типи невербальної комунікації».

Завдання до теми 11. За особливостями виразних рухів і жестів навчитися розуміти певні емоційні стани оточуючих, адекватно використовувати невербальні способи спілкування для ефективної взаємодії з людьми.

1. Проаналізувати типи невербальної комунікації.
2. Підібрати на свій розсуд гру за невербальними комунікаціями.
4. Підготувати її проведення.
5. Презентація гри та її проведення.

Опитування. Презентація.

Джерела, рекомендовані до заняття [6; 7; 8; 9].

Тема 12. Психологічні основи ділового етикету.

Принципи ділового етикету: здоровий глузд, етичність, терпимість і толерантність, зручність спілкування, Доцільність (досягнення поставлених цілей), економічність, консерватизм, (якщо для бізнес – оточення це важливо), невимушеність.

Принципи та правила субординації в у діловому етикеті. Складові ділового етикету. Звернення. Привітання. Наявність візитних карток, та правила їх оформлення. Діловий етикет та корпоративні подарунки.

Етикетні правила розмови по телефону. Психологічні особливості телефонного спілкування.

Етикетні норми поведінки на ділових прийомах.

Поняття ділового – службового етикету включає декілька складових: етикет при влаштуванні на нове місце роботи; правила знайомства нового співробітника з працівниками організації; етика спілкування співробітників і начальства; відносини співробітників між собою; особливості вирішення конфліктів в колективі. Спілкування по вертикалі та горизонталі.

Правила та принципи вирішення конфліктів інтересів. Принцип утилітаризму. Принцип морального імперативу. Принцип розставлення пріоритетів.

Практичне заняття – 4 години.

I. РОЗГЛЯД ТЕОРЕТИЧНИХ ПИТАНЬ

1. Принципи ділового етикету.
2. Етикетні правила розмови по телефону.
3. Психологічні особливості телефонного спілкування.
4. Поняття ділового – службового етикету.
5. Складові ділового етикету
6. Правила та принципи вирішення конфліктів інтересів.
7. Принцип утилітаризму у діловому етикеті
8. Принцип морального імперативу.
9. Принцип розставлення пріоритетів.

Завдання для самостійної роботи – 2 години.

ПЕРЕВІРКА ЗНАНЬ, УМІНЬ та НАВИЧОК СТУДЕНТІВ У ФОРМІ ігри – кейсу «Діловий етикет»

Завдання до теми. За особливостями виразних рухів і жестів навчитися розуміти певні емоційні стани оточуючих, адекватно використовувати невербальні способи спілкування для ефективної взаємодії з людьми.

1. Проаналізувати типи ділового та ділового – службового етикету.
2. Підібрати на свій розсуд гру з ділового етикету.
4. Підготувати її проведення.
5. Презентація гри та її проведення.

Опитування. Презентація.

Джерела, рекомендовані до заняття [10].

Тема 13. Взаємодія з партнерами та переговорний процес.

Роль місце та значення психології управління в переговорному процесі.

Види ділових переговорів. Основні елементи психології управління у ділових переговорах. Мета, основні завдання проведення ділових переговорів. Основні етапи переговорного процесу.

1. Підготовка до ділових переговорів: організаційний і змістовний. Організаційний етап – відбір та формування групи , процедурні питання. Змістовий етап – аналіз проблеми та діагностика ситуації, внутрішні

переговори, визначення та формування позицій, альтернативи вирішення проблеми, формування пропозиції та їх аргументація. Підготовка інструкцій для учасників переговорів, документація. Складові підготовки до переговорного процесу – інформаційна, психологічна складова, процедурна.

2. Проведення ділових переговорів. Життєвий цикл проведення переговорного процесу та його складові.

3. Види результатів ділових переговорів: проміжний та кінцевий; успішний/неуспішний.

4. Завершення ділових переговорів. Договір, як результат. Типи домовленостей: опис реальної ситуації; формулюванням рішення; передача результату вищим інстанціям; укладенням угоди.

5. Оцінка успішності ділових переговорів, критерії – ступень вирішення проблеми.

Практичне заняття – 4 години.

I. РОЗГЛЯД ТЕОРЕТИЧНИХ ПИТАНЬ

1. Постановка цілей у ділових переговорах.
2. Етапи формування групи – учасників переговорного процесу.
3. Типи ділових переговорів.
4. Життєвий цикл ділових переговорів.
5. Проміжний етап ділових переговорів.
6. Договір, контракт, як кінцевий етап завершення переговорів.
7. Аналіз успішності проведення ділових переговорів
8. Аналіз помилок під час переговорного процесу.
9. Підготовка до подальшої співпраці.
10. Вплив психології управління на переговорний процес

Завдання для самостійної роботи – 1 година.

ПЕРЕВІРКА ЗНАНЬ, УМІНЬ та НАВИЧОК СТУДЕНТІВ У ФОРМІ розробки ними кейсу «Елементи та психологічна складова підготовки та проведення ділових переговорів».

Завдання до теми 13.

– Проаналізуйте етапи підготовки та проведення ділових переговорів.

– Зробити вибір інструментів психології управління, які можливо використати у ділових переговорах.

– Підготуйте презентацію.

Опитування. Презентація.

Джерела, рекомендовані до заняття [6; 10; 11].

Тема 14. PR, як інструмент налагодження взаємодії з суспільством.

Public Relations (PR) діяльність у бізнесі та основні поняття. Психологічні аспекти. Принципи та специфіка використання PR у бізнесі. Головна мета. Функції PR– діяльності: Контроль думки і поведінки громадськості з метою задоволення потреб та інтересів організації. Реагування на потреби контактних груп. Досягнення взаємовигідних відносин між усіма пов'язаними з організацією групами громадськості шляхом сприяння плідній діяльності з ними. Інструменти, які використовує бізнес у PR – діяльності.

Типи аналізу PR– діяльності: комунікаційний аудит, імідж –аудит, SMM – аудит.

Етапи PR – діяльності. – підготовчий, основний і заключний.

Підготовчий етап: Моніторинг контактних аудиторій. Постановка стратегічних та тактичних цілей. SWOT-аналіз.

Основний етап включає в себе: Розробку PR – стратегії; розробку і планування PR– кампанії; створення «інформаційних приводів»; налагодження зв'язків (контактів) з контактними групами або соціальними верствами населення, від яких залежить успіх справи; проведення PR – заходів; поточний моніторинг (контроль) ефективності дій при проведенні заходів по зв'язках з контактними групами. Комунікаційний аудит.

Заключний етап: оцінку результатів реалізації PR – стратегій; аналіз перспективи подальшого розвитку встановлених зв'язків.

Класичні PR-інструменти: Прес-релізи, заходи, прес-тури, пітчинг, спонсорінг, мастер-класи, Бренд-амбасадор, особисті знайомства ін.

Організація та проведення корпоративних заходів; Заходи формування та підтримки корпоративної культури; Робота з корпоративними лідерами громадської думки; створення внутрішньокорпоративних інформаційних носіїв.

Використання сучасних PR-інструментів у діджиталізації життя суспільства: Власне онлайн – медіа: Бренд-медіа. Онлайн прес-центр. Сторінки бренду в соціальних мережах.

Сервіс масових розсилок: Робота з сервісами мас-мейлінгу: контроль за доставкою листів і зниження ризику стати спамером. Зворотний зв'язок за результатами розсилки.

Автоматизацію процесу розсилки і можливість таргетованої комунікації (розсилка по сегментам бази, особисте звернення).

Сервіси оперативної реакції: Ньюсджекінг. Сервіс журналістських запитів. Інформаційна робота з СМІ. Оперативна реакція на негатив в соціальних медіа.

Сервіси автоматизації робочих процесів. Соціальні медіа

Практичне заняття – 4 години.

I. РОЗГЛЯД ТЕОРЕТИЧНИХ ПИТАНЬ

1. Характер використання Public Relations (PR) діяльності у бізнесі.
2. Психологічні аспекти. Принципи та специфіка використання PR у бізнесі.
3. Етапи PR – діяльності. Підготовчий, основний і заключний.
4. Моніторинг (контроль) ефективності дій при проведенні заходів по зв'язках з контактними групами.
5. Сучасні та класичні інструменти Public Relations
6. PR-інструментів у діджиталізації життя суспільства.

Завдання для самостійної роботи – 2 години

ПЕРЕВІРКА ЗНАНЬ, УМІНЬ та НАВИЧОК СТУДЕНТІВ У ФОРМІ розробки ними проекту – кейсу «Аналіз використання сучасних **PR** технологій на прикладі компанії...».

Завдання до теми 14

1. На свій погляд зробіть вибір підприємства.
2. Проаналізуйте PR технологій, які воно використовує

3. Зробить презентацію.

Опитування. Презентація.

Джерела, рекомендовані до заняття [7].

Тема 15. Інструментарій психології управління. Методи та інструменти впливу.

Соціально – психологічні методи визначення організації в структурі управління: вплив; соціометрія; групове оцінювання особистості.

Методи, спрямовані на вирішення управлінських завдань і ухвалення управлінських рішень: «мозковий штурм»; «гарна ідея»; групова дискусія; групове інтерв'ю; та ін.

Якісні та кількісні методи діагностики психологічних особливостей особистості в організації. Методи вивчення особистості у системі управління: спостереження/само спостереження; опитування; аналіз документів; експеримент.

Методи оцінки ефективності діяльності керівника.

Технології праці з персоналом. Визначення компетентності персоналу. Карта компетентності. Методи по підборі, навчанню та оцінки персоналу, та компетентнісний підхід. Аналіз когнітивної, поведінкової компетентностей. Аналіз мотиваційної готовності. Активні методи навчання персоналу: кейси, тренінги, демонстрації, ділові та навчально-рольові ігри та ін.

Техніки ефективних переговорів: Невербальні засоби спілкування. Види та техніка постановки питань. Техніка активного слухання. Переконання співрозмовника, техніки аргументування та контраргументування.

Аналіз сильних/слабких сторін, можливостей та загроз (SWOT-аналіз) персоналу, реклами, бренду, іміджу та ін.

Практичне заняття – 4 години.

I. РОЗГЛЯД ТЕОРЕТИЧНИХ ПИТАНЬ

1. Соціально – психологічні методи визначення організації в структурі управління.

2. Методи, спрямовані на вирішення управлінських завдань і ухвалення управлінських рішень.

3. Якісні та кількісні методи діагностики психологічних особливостей особистості в організації.

4. Якісні та кількісні методи діагностики психологічних особливостей особистості в організації.

5. Методи оцінки ефективності діяльності керівника.

6. Методи по підбору, навчанню та оцінці персоналу, та компетентнісний підхід.

7. Активні методи навчання персоналу.

8. Техніки невербальні засоби спілкування.

9. Види та техніка постановки питань.

10. Техніка активного слухання.

11. Переконавання співрозмовника, техніки аргументування та контраргументування.

12. Методи якісного SWOT– аналізу персоналу, реклами, бренду, іміджу та ін.

Завдання для самостійної роботи – 2 години.

ПЕРЕВІРКА ЗНАНЬ, УМІНЬ та НАВИЧОК СТУДЕНТІВ У ФОРМІ розробки ними проекту – кейсу «Якісний SWOT– аналіз».

Завдання до теми 15

1. Зробить якісний SWOT– аналіз реклами, бренду, іміджу організації на вибір.

2. Оформити результати у табличної формі.

3. Презентуйте зроблений аналіз.

Опитування. Презентація. Розв’язання практичних задач, ситуаційних вправ та проблемних ситуацій.

Джерела, рекомендовані до заняття [3; 4; 6; 9].

ПИТАННЯ ДЛЯ ПІДСУМКОВОГО КОНТРОЛЮ

1. Взаємозв’язок психології управління з загальним управлінням організацією.

2. Регулювання взаємодією всередині організації.

3. Основні поняття, означення, сутність та функції психології управління.
4. Інструментарій психології управління у менеджменті,.
5. Взаємозв'язок інструментів психології управління та маркетингових інструментів.
6. Сучасні концепції управління персоналом та методи адміністративного управління.
7. Сучасні концепції всебічного розвитку особистості.
8. Сучасні концепції теорії людських відношень.
9. Вплив психології управління на створення лояльного відношення персоналу до компанії.
10. Вплив психології управління на створення лояльного відношення споживачів до компанії.
11. Вплив психології управління на створення лояльного відношення партнерів до компанії.
12. Взаємозв'язок концепцій управління персоналом та управління людськими ресурсами.
13. Умови провадження концепції психології управління у організації.
14. Зв'язок понять психології управління та корпоративної культури організації.
15. Психологічні аспекти управління корпоративною культурою організації.
16. Суть та зміст анархічного стилю керівництва.
17. Особливості директивного стилю керівництва.
18. Демократичний стиль керівництва. Набір факторів вибору демократичного стилю керівництва.
19. Фактори зростання стресу менеджера та шляхи його подолання.
20. Психологічний портрет керівника – лідера.
21. Основні характеристики формальних груп та формальних лідерів.
22. Основні характеристики неформальних груп та неформальних лідерів.
23. Життєвий цикл колективу, та його особистості.

24. Складові аналізу зовнішніх внутрішніх комунікацій.
25. Проаналізуйте особливості внутрішніх комунікацій.
26. Особливості використання базових підходів до типології особистості.
27. Основні психологічні школи особистості та їх положення.
28. Психологія управління діяльністю керівника для ефективного спілкуванні у організації.
29. Особливості школи прикладної психоаналізу. Представники школи психоаналізу та. доктрина психологічного детермінізму.
30. "Топографічна модель" сутність та складові
31. Індивідуальна теорія особистості Альфреда Адлера. Типи особистості.
32. Школа біхевіоризму, або поведінкова школа. Загальна ідея та її складові.
33. Підходи до типології особистості. Типологія Е. Кречмера, та особливості її використанні у психології управління персоналом.
34. Типологія К. Юнга. Основні висновки, та особливості її використання у психології управління персоналом.
35. Типологія К. Леонгарда. Основні висновки, та особливості її використання у психології управління персоналом.
35. Ефективна командна праця, як стратегічний ресурс організації.
36. Створення ретельно продуманого іміджу організації, яка формує позитивний образ у споживачів. Етапи.
37. Умови та особливості комплексного підходу до створення емоційно-позитивного іміджу організації. Основні напрямки.
38. Брендінг та його роль та місце у створенні психологічного зв'язку з контактними аудиторіями.
39. Класифікація іміджу, та його складові.
40. Психологічні процеси та елементи впливу на споживачів з метою ефективного задоволення попиту останнього.
41. Основні характеристики ділового спілкування.
42. Взаємозв'язок ділового спілкування з корпоративній культурою.
43. Основні стилі спілкування у бізнесі.
44. Типи вербального та невербальне спілкування.

45. Ділова етика та загальні правила поведінки. Принципи ділового етикету.
46. Поняття та складові ділового – службового етикету.
47. Правила та принципи вирішення конфліктів інтересів. Принцип утилітаризму. Принцип морального імперативу. Принцип розставлення пріоритетів.
48. Постановка цілей у ділових переговорах.
49. Типи та життєвий цикл ділових переговорів.
50. Вплив психології управління на формування та реалізацію переговорного процесу.
51. Особливості використання психології управління у Public Relations діяльності у бізнесі.
52. Моніторинг з використанням інструментів психології управління ефективності дій PR – компанії.
55. Інструменти Public Relations PR-інструментів у діджиталізації життя суспільства.

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Основна

1. Варій М.Й. Психологія особистості : навч. посібник. Центр навчальної літератури, 2020. 592 с.
2. Власова О.І. Соціальна психологія організацій та управління: підручник. Центр навчальної літератури, 2019. 392с.
3. Євген Ходаківський, Юлія Богоявленська, Тетяна Грабар. Психологія управління : підручник. Центр навчальної літератури, 2020. 492с.
4. Прищак, М. Д. Психологія управління в організації : навчальний посібник / М. Д. Прищак, О. Й. Лесько. 2-ге вид., перероб. і доп. Вінниця, 2016. 150 с.

Додаткова література

5. Балабанова Л.В., Сардак О.С. Управління персоналом : підручник. К : Центр учбової літератури, 2019. 468с.
6. Городняк І.В. Поведінка споживача : нав. посіб. Львів : ЛНУ імені І. Франка, 2018. 256 с.
7. Курбан О.В. PR у маркетингових комунікаціях : навч. посіб. / О.В. Курбан. К. : Видавництво Кондор, 2014. 246 с.
8. Лазуренко О.О. Психологія емоцій : підручник. Вид-во Книга плюс, 2018. 264 с.
9. Свидрук І.І., Миронов Ю.Б. Психологія управління та конфліктологія : підручник. Львів : Вид-во Львівського торговельно-економічного університету, 2017. 320 с.
10. Гриценко Т., Гриценко С., Іщенко І., Мельничук Т., Чуприна Н., Анохіна Л. Етика ділового спілкування : навч. посіб. Центр навчальної літератури, 2019. 344 с.
11. Управління персоналом : підручник / О.М. Шубалий, Н.Т. Рудь, А.І. Гордійчук, І.В. Шубала, М.І. Дзямуліч, О.В. Потемкіна, О.В. Середя, за заг. ред.О.М. Шубалого. Луцьк : ІВВ Луцького НТУ, 2018. 404 с.

Електронні інформаційні ресурси

1. <http://www.libonu.od.ua/ua/elres/>
2. <https://center.ucu.edu.ua/elektronni-resursy/>
3. <http://dspace.wunu.edu.ua/bitstream/316497/.pdf>

Навчальне видання

ШМАГІНА В. В.

ПСИХОЛОГІЯ УПРАВЛІННЯ

Методичні вказівки до практичних занять з дисципліни
для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
галузі знань 07 «Управління та адміністрування»

Підписано до друку 09.09.2022 р. Формат 60x84/16. Папір офсетний.

Цифровий друк. Гарнітура Times. Ум. друк. арк. 2,55.

Наклад 100. Замовлення № 0223/004.

Видавництво та друк: ОЛДІ+

вул. Інглєзі, 6/1, м. Одеса, 65101

Свідоцтво ДК № 7642 від 29.07.2022 р.

Тел.: +38 (098) 559-45-45, +38 (093) 559-45-45

E-mail: office@oldiplus.ua