

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина Б3.В.ДВ Репутация в деловом общении

**Семестр:** 4

**Количество часов:** 72

**Количество зачетных единиц:** 2

**Промежуточная аттестация:** зачет

### **Место дисциплины в структуре ООП:**

Дисциплина «Репутация в деловом общении» входит в перечень дисциплин по выбору профессионального цикла дисциплин учебного плана подготовки бакалавров по направлению 43.03.01 *Сервис* профиль «Производственный сервис». Дисциплина «Репутация в деловом общении» содержательно дополняет дисциплину базовой части «Управление качеством в производственном сервисе» для направления 43.03.01 *Сервис*.

**Цель и задачи освоения дисциплины:** изучение студентами основ формирования такой оценочной характеристики человека как репутация, изучение факторов, влияющих на «качество» репутации, возможностей ее изменения и роли в сервисе и туризме.

### **Задачи:**

- изучить и понять закономерности поведения людей в различных условиях и различных сферах общества;
- выявить основные характеристики репутации менеджера в сфере сервиса и в туристической деятельности;
- применить полученные знания для формирования положительной репутации в сфере сервиса и в туристической деятельности.

### **Содержание дисциплины:**

Поведение как самостоятельная отрасль знания, предмет ее изучения. Отличие поведения от мотивов и конкретных событий. Сочетание действий, бездействий, прав, возможностей, обязанностей и ограничений как основа поведения. Система поведенческих ситуаций. Свободы и права.

Закономерности поведения людей, их содержание и роль в повышении предсказуемости и эффективности действий в менеджменте.

Репутация как мера доверия к кому-либо со стороны окружающих. Репутация как набор ожиданий, которые человек вызывает у других. Притязания и ограничения человека. Притязания и возможности человека.

Положительная репутация субъекта, ее содержание. Обращение возможности в обязательство. Необходимость закрепления верной линии поведения в сознании посредством целеполагания. Относительность классификации форм поведения для целей оценки репутации.

Сомнительная репутация, ее содержание. Изъяны в поведении как свидетельство нарушения целостности природы, как свидетельство ее способности двигаться как в положительном, так и в отрицательном направлениях. Нецелеустремленность в действиях и нецелеустремленность в ограничениях. Необязательность в действиях и необязательность в ограничениях.

Отрицательная репутация, ее содержание. Виды отрицательной репутации: безынициативность, лживость, тунеядство, невоздержанность, низость, невоздержанное тунеядство, репутация вне моральности и зла.

Универсальность и ограниченность системы оценки репутации.

Влияние внешней среды на характер и метод оценки репутации. Базовые ценности и их связь со сферами деятельности людей. Сферы деятельности и формы поведения субъекта (экономического, социального, властного, духовного).

Сфера экономики и правила поведения в ней. Действия в экономике, возможности в экономике, обязанности в экономике. Формула экономики, невозможность существования идеальной экономики и идеального хозяйственника.

Социум как сфера деятельности. Бездействие в социуме, права в социуме, ограничения в социуме, правило поведения в социуме, невозможность существования идеального социума.

Власть как сфера деятельности. Действия власти, права власти, обязанность власти, формула власти, невозможность существования идеального руководителя, идеальных институтов власти и систем управления.

Духовность (духовный мир) как сфера деятельности. Бездействие в сфере духовного мира, права в духовном мире, обязанности, правило поведения в духовном мире, невозможность чистого духовного поведения в земной жизни.

Земное пространство как форма существования человека, как условия существования всех других сфер деятельности. Собственность и принадлежность к чему-либо. Четыре возможных сочетания отношений собственности (владения) и участия (принадлежности), либо их отсутствия. Восприятия «своего» как связующее звено между сферами деятельности, как основа общества.

Неконструктивное смешение норм поведения. Производственное зло. Социальное зло. Властное зло. Духовное зло.

Отношения между сферами поведения. Производство и социум. Производство и власть. Производство и духовность. Общество и власть. Общество и духовность. Власть и духовность.

Влияние этической системы на сферы поведения. Традиционная этика. Южная этика. Восточная этика. Западная этика. Северная этика. Сравнение этических систем. Смешение сфер и систем поведения: южные экономика, социум, власть, духовность; восточные экономика, социум, власть, духовность; западные экономика, социум, власть, духовность; северные экономика, социум, власть, духовность.

Смешанные этические системы, их виды.

Управление как деятельность по упорядочиванию и превращению неорганизованных сообществ в эффективные и производительные. Три возможности и ограничения в управленческой деятельности (иерархия, культура, рынок). Управление как форма властных отношений и как форма сервисных услуг по поддержанию порядка. Процессный, системный и ситуационный подходы к управлению.

Влияние рыночных отношений на функции менеджмента. Финансы, производство, маркетинг, управление персоналом – главные «рыночные» функции менеджмента. Взаимосвязь двух сторон менеджмента: коммерческой и социально-психологической. Усиление роли поведенческих знаний в эффективном менеджменте.

Зависимость менеджмента от конъюнктуры рынка и особенностей коллектива. Профессиональная репутация менеджера как условие эффективности управления. Профессиональная репутация и поведение менеджера.

Сознание и поведение человека, их взаимосвязь. Целеполагание, действие, восприятие, интерпретация, обобщение как функции сознания. Манипулирование сознанием как средство влияния на других людей. Приемы манипулирования как формы искаженного или искусственного конструирования представления о реальных событиях и процессах. Выдача желаемого за действительное, переключение внимания с результата на опыт, выдача воспринимаемого за желаемое, выдача представлений за реальность, подмена опыта восприятием. Сравнение приемов манипулирования сознанием.

Принципы защиты от манипулирования: важность правильного видения проблем, конструктивизм.

Влияние этических систем на представления в сознании людей важнейших понятий: истины, времени, базовых эмоций (отчаяния, скука, страх, зависть, ненависть).

**В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен обладать следующими общекультурными (ОК) и профессиональными (ПК) компетенциями:**

Код компетенции	Формируемые компетенции	Содержание компетенции (дескрипторы)
-----------------	-------------------------	--------------------------------------

ОК-8	Способностью к социальному взаимодействию на основе принятых моральных и правовых норм, социальных стандартов; демонстрировать уважение к людям, толерантность к другой культуре, готовность к поддержанию партнерских отношений	<p><i>знать:</i> закономерности поведения людей в различных условиях и различных сферах общества;</p> <p><i>уметь:</i> выявлять основные характеристики репутации менеджера в сфере сервиса и в туристической деятельности;</p> <p><i>владеть:</i> навыками применения полученных знаний для формирования положительной репутации в сфере сервиса и в туристической деятельности.</p>
ОК-17	обладать культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, систематизации, постановке целей и выбору путей их достижения, уметь логически верно, аргументированно и ясно строить свою речь	<p><i>знать:</i> особенности устной и письменной речи в сфере делового общения;</p> <p><i>уметь:</i> создавать и редактировать тексты профессионального и официально-делового назначения в соответствии с нормами современного русского языка и стандартами оформления деловой документации; <i>владеть:</i> техникой речи и жанрами устного делового общения (беседа, телефонный разговор, деловое совещание, переговоры, презентации)</p>
ПК-10	готовностью к организации контактной зоны предприятия сервиса	<p><i>знать:</i> технологию процесса и формирования клиентурных отношений в сфере услуг; психологические особенности потребителя; методы и приемы работы в контактной зоне</p> <p><i>уметь:</i> определять профиль аудитории, личности, организации; разрабатывать тактику формирования имиджа организации; применять на практике теоретические знания законов удовлетворения потребностей в зависимости от спроса;</p> <p><i>владеть:</i> способностью применять на практике теоретические знания законов удовлетворения потребностей в зависимости от спроса; современными приемами работы с потребителем в контактной зоне; разработкой рекомен-</p>

		даций и предложений для работы в контактной зоне.
--	--	---

**Образовательные технологии:**

В преподавании дисциплины «Репутация в деловом общении» применяются разнообразные интерактивные образовательные технологии в зависимости от вида и цели учебного занятия.

Теоретический материал излагается на лекционных занятиях.

Практические занятия ориентированы на закрепление теоретического материала, изложенного на лекционных занятиях, а также на приобретение дополнительных знаний, умений и практических навыков осуществления аналитической и профессиональной деятельности с применением интерактивных форм обучения (моделирования деловых ситуаций, подготовка презентаций, написание эссе и др.).

**Составитель:** Н.А. Махарамова, кафедра гуманитарных дисциплин