

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина Б1.В.ДВ.12 ТЕХНИКА И ТАКТИКА УБЕЖДЕНИЯ

Семестр: 2

Количество часов: 108

Количество зачетных единиц: 3

Промежуточная аттестация: зачет

Место дисциплины в структуре ООП:

Дисциплина «Техника и тактика убеждения» относится к вариативной части гуманитарного, социального и экономического цикла направления подготовки 43.03.02 *Туризм* направленность «Технология и организация развлечений», обеспечивающего подготовку бакалавра. Место этого курса в системе профессионального образования определяет его назначение – обеспечить практическое овладение основами психологии в своей профессии на основе преемственности в обучении: вуз – послевузовское обучение (повышение квалификации, самообразование).

Основное содержание дисциплины строится таким образом, чтобы обеспечить преемственность с такими предметами как «Человек и его потребности», «Психология», «Профессиональная этика и этикет», «Деловое общение».

Цель и задачи освоения дисциплины:

Цель дисциплины «Техника и тактика убеждения» - показать необходимость психологического знания и раскрыть наиболее значимые моменты во взаимодействии с людьми, в профессиональном успехе, т.к. компетентность в этой сфере непосредственно связана с успехом в любой сфере жизни.

Основными задачами при изучении дисциплины являются:

- усвоение структуры психологического знания о влиянии на потребителя;
- формирование необходимых теоретических знаний и основных принципов убеждения;
- сформировать основы психологически грамотного поведения во взаимодействии с другими людьми

Содержание дисциплины:

Понятие психологического воздействия. Составляющие процесса влияния: инициатор, адресат. Скрытые и истинные цели воздействия.

Понятие психологически конструктивного и деструктивного влияния. Признаки конструктивного влияния.

Виды психологического влияния. Понятие психологического противостояния чужому влиянию. Виды противостояния чужому влиянию.

Характер психологического воздействия. Воздействие- убеждение. Воздействие – внушение. Суггестивные технологии психологического воздействия на потребителя. Невербальные средства общения как способ повышения эффективности воздействия.

Принципы уместности и неожиданности как механизм воздействия на потребителя. Воздействие на потребности: структура мотивации

потребителей. Использование механизма доминанты, способы коррекции нежелательных доминант.

Психологическое воздействие в формулах AIDA и DIBABA. Группы коммуникативного воздействия.

Техники убеждения, аргументации, контраргументации. Понятие сильных, слабых, несостоятельных аргументов. Законы аргументации и убеждения: закон встраивания, закон минимализации, закон объективности и доказательности, закон диалектичности, закон авторитета, закон рефрейминга, закон этичности и др. Правила убеждения: правило Сократа, правило Паскаля и др. Тактика убеждения.

Эмоционально-рациональный баланс речевого обращения. Техники коммуникации: подходы к формулированию. Психотехнологии речевой коммуникации без обратной связи. Психотехнологии речевой коммуникации с обратной связью. Интралингвистические особенности текста. Приемы речевого воздействия: языковое манипулирование, имплицитная информация и якорение.

Психологические основы деловых отношений. Особенности поведения и общения человека в организации. Психологические типы людей и их проявления в работе. Слагаемые делового имиджа. Техники общения при проведении деловых переговоров, совещаний, дискуссий. Слушание как составляющая процесса диалога. Техники правильного слушания.

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен обладать следующими общекультурными (ОК) и профессиональными компетенциями: ОК-1 – способностью к интеллектуальному, культурному, нравственному, физическому и профессиональному саморазвитию и самосовершенствованию; ОК-2 – способностью к достижению целей и критическому переосмыслению накопленного опыта; ОК-7 – готовностью к восприятию культуры и обычаев других стран и народов, с терпимостью относиться к национальным, расовым, конфессиональным различиям, способностью к межкультурным коммуникациям в туристской индустрии; ПК-7 – способностью к работе в трудовых коллективах предприятий туристской индустрии; ПК-8 – способностью организовывать работу исполнителей, принимать управленческие решения в организации туристской деятельности, в том числе, с учетом социальной политики государства; ПК-9 – умением рассчитать и оценить затраты по организации деятельности предприятия туристской индустрии; ПК-10 – способностью использовать нормативные документы по качеству, стандартизации и сертификации в туристской индустрии.

Образовательные технологии: в преподавании дисциплины «Техника и тактика убеждения» применяются разнообразные интерактивные образовательные технологии в зависимости от вида и цели учебного занятия (ситуативно-ролевые игры, проектная технология, видеопрезентации и т.д.).

Составитель: Новолодская С.Л., кафедра гуманитарных дисциплин

