

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **Б1.В.ДВ.4.1 РЕПУТАЦИЯ В ДЕЛОВОМ ОБЩЕНИИ**

**Направление подготовки:**

43.04.01 Сервис (Направленность (профиль): Сервис в торговле)

**Трудоемкость:** 3 зе

**Промежуточная аттестация:** зачет

**Автор:** М. В. Удальцова, д-р. экон. наук, профессор

### **ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

Целью дисциплины по выбору «Репутация в деловом общении» является изучение студентами основ формирования такой оценочной характеристики человека как репутация, изучение факторов, влияющих на «качество» репутации, возможностей ее изменения и роли в сервисе.

Задачи дисциплины:

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

### **МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП**

Учебный курс относится к дисциплинам по выбору вариативной части дисциплин учебного плана. Дисциплина по выбору «Репутация в деловом общении» содержательно дополняет дисциплину базовой части «Управление качеством услуг и работ» направления 43.04.01 *Сервис*.

Дисциплина «Репутация в деловом общении» играет важную роль в профессиональной подготовке магистров для предприятий сферы сервиса.

Изучение дисциплины базируется на знаниях и умениях, полученных при изучении дисциплины «Технологии исследования поведения потребителей сервисных услуг», «Социальное управление в сервисе».

Освоение дисциплины необходимо как предшествующее при изучении следующих дисциплин: «Основы изучения развития человеческого потенциала», «Диагностика организационной культуры торговых организаций», «Профессиональная этика в сфере торговли».

### **ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫЕ С РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ООП**

Планируемые результаты обучения по дисциплине – знания, умения, навыки и (или) опыт деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций и обеспечивающие достижение планируемых результатов освоения программы магистратуры – направлены на формирование следующих компетенций:

ОК-3 готовностью к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала

ОПК- 1 готовностью к деятельности по повышению качества обслуживания, формированию клиентурных отношений

ОПК-2 готовностью руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия

ПК-8 способностью управлять предприятием сервиса, трудовым коллективом, обеспечивать предоставление качественных и конкурентоспособных услуг и работ

## СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### *Тема 1. Наука о поведении и ее значение для эффективного делового общения*

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.

### *Тема 2. Репутация как предмет и объект изучения*

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 натуры, 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.

### *Тема 3. Системы и сферы поведения людей*

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 смещение 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. Смещение 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.

#### *Тема 4. Репутация в условиях рынка, её особенности*

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.

#### *Тема 5. Манипулирование сознанием и защита от него в деловом общении*

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).