

МІНІСТЕРСТВО ФІНАНСІВ УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНИЙ ПОДАТКОВИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет соціально-гуманітарних технологій та менеджменту
Кафедра психології, педагогіки та соціології


Затверджено
Вченою радою факультету
соціально-гуманітарних технологій та менеджменту
протокол від 11.11 2022 р. № 5

Голова вченої ради  Н.І. Зикун

Методичні рекомендації
до проведення семінарських занять
з навчальної дисципліни
«ПСИХОЛОГІЯ БІЗНЕСУ»
підготовки здобувачів вищої освіти другого (магістерського) рівня
(денної та заочної форм навчання)
галузь знань 05 «Соціальні та поведінкові науки»
спеціальність 053 «Психологія»
освітньо-професійна програма «Психологія. Психологія бізнесу»
статус дисципліни: обов'язкова

Ірпінь 2022

Методичні рекомендації до проведення семінарських занять для здобувачів вищої освіти другого (магістерського) рівня з навчальної дисципліни «Психологія бізнесу» складені на основі робочої програми курсу затвердженої Науково-методичною радою Університету, протокол № 7 від 18.08.2022 р.

Автор:  **І.М. Овдієнко**, к.психол.н., доцент,
доцент кафедри психології, педагогіки та соціології

Рецензенти: **О.О. Нежинська**, к.психол.н., доцент,
доцент кафедри психології, педагогіки та соціології;
Н.І. Зикун, д. н. із соц. ком., професор,
в.о. декана факультету соціально-гуманітарних
технологій та менеджменту

Розглянуто та схвалено кафедрою психології, педагогіки та соціології,
протокол від «08» листопада 2022 р. №5

В.о. завідувача кафедри  **І.О. Петухова**, к пед. н., доцент

Реєстраційний № _____

РЕЦЕНЗІЯ

на методичні рекомендації
до проведення семінарських занять
з навчальної дисципліни «Психологія бізнесу»
для підготовки здобувачів вищої освіти другого (магістерського) рівня
(денної та заочної форм навчання)
галузь знань 05 Соціальні та поведінкові науки
спеціальність 053 «Психологія»
освітньо-професійна програма «Психологія. Психологія бізнесу»
розроблену доцентом кафедри психології, педагогіки та соціології І.М. Овдієнко

Методичні рекомендації до проведення семінарських занять з навчальної дисципліни «Психологія бізнесу» складені відповідно до освітньої програми підготовки здобувачів вищої освіти другого (магістерського) рівня галузі знань 05 «Соціальні та поведінкові науки», спеціальності 053 «Психологія», освітньо-професійної програми «Психологія. Психологія бізнесу».

Методичні рекомендації до проведення семінарських занять чітко структуровані та включають усі необхідні змістові складові для забезпечення успішного оволодіння компетентностями з даного курсу.

До основних завдань відносяться: ознайомити здобувачів вищої освіти з поняттям про психологію бізнесу як науку і область практичної діяльності, її місце в системі сучасного наукового знання про бізнес і підприємницьку діяльність; сформулювати у студентів уявлення про загальні особливості бізнесу як соціокультурного інституту і як виду діяльності, а також тих вимог, які ця діяльність пред'являє до людини; розкрити соціально-психологічну характеристику особистості бізнесмена, описати життєвий шлях людини в бізнесі, внутрішні закономірності, спостережувані в динаміці переходів від етапу до етапу; ознайомити із психологічними якостями, які являються принципово важливими для людини, діючої у бізнесі, про специфічні соціально-психологічні процеси у бізнесі, про психологічні основи етики у бізнесі; сформулювати розуміння психології особистості й діяльності суб'єктів бізнесу, психологічних проблем відносин власності, психології трудової зайнятості й безробіття, психології споживчої поведінки, психологічних проблем трудової мотивації тощо.

Представлені методичні рекомендації до проведення семінарських занять з навчальної дисципліни «Психологія бізнесу» можуть бути рекомендовані для затвердження та впровадження в навчальний процес.

Рецензент

к. психол. н., доцент,
доцент кафедри психології,
педагогіки та соціології



О. О. Нежинська

РЕЦЕНЗІЯ

на методичні рекомендації
до проведення семінарських занять
навчальної дисципліни «Психологія бізнесу»
для підготовки здобувачів вищої освіти другого (магістерського) рівня
(денної та заочної форм навчання)
галузь знань 05 Соціальні та поведінкові науки
спеціальність 053 «Психологія»
освітньо-професійна програма «Психологія. Психологія бізнесу»
розроблену доцентом кафедри психології, педагогіки та соціології І.М. Овдієнко

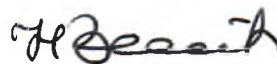
Методичні рекомендації до проведення семінарських занять з навчальної дисципліни «Психологія бізнесу» складені відповідно до освітньої програми підготовки здобувачів вищої освіти другого (магістерського) рівня галузі знань 05 Соціальні та поведінкові науки, спеціальності 053 «Психологія», освітньо-професійної програми «Психологія. психологія бізнесу».

Предметом вивчення навчальної дисципліни «Психологія бізнесу» є психологічні аспекти бізнесу та підприємництва, як особливих видів професійної діяльності та типів поведінки особистості. Завдяки цьому курсу відбуватиметься підготовка студентів до адекватного входження в бізнес діяльність, поглиблюватимуться їх знання і навички із використання психологічних знань в моделюванні економічних взаємовідносин, розвитку і реалізації своїх здібностей в підприємстві в сучасних соціально-економічних умовах. Структура дисципліни забезпечує оволодіння студентами як теоретичними знаннями, так і практичними навичками і компетентностями, які заплановані на семінарських заняттях, необхідними для успішної діяльності у сфері бізнесу. За всіма темами надається перелік новітньої літератури для самостійної роботи. Пропоновані питання до семінарів цілком відповідають основному матеріалу дисципліни.

У цілому, розроблена програма курсу вирізняється цілісністю і практичною спрямованістю та відповідає викликам сьогодення. Рецензовані методичні рекомендації до проведення семінарських занять з навчальної дисципліни «Психологія бізнесу» повністю відповідають вимогам та професійному спрямуванню. Набуті в цьому навчальному курсі знання стануть важливим підґрунтям для практичної діяльності майбутніх фахівців.

Рецензент

в.о. декана факультету соціально-гуманітарних
технологій та менеджменту, доктор наук
із соціальних комунікацій, професор



Н. І. Зикун

ЗМІСТ

ПЕРЕДМОВА	4
1. МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ДО ПРОВЕДЕННЯ ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ....	7
Тема 1. Психічні явища в діяльності бізнесмена.....	7
Тема 2. Проблема особистості в бізнесі.....	10
Тема 3. Комунікативні процеси в діяльності бізнесмена.....	14
Тема 4. Психологічні особливості успішної бізнес-діяльності.....	18
Тема 5. Персонал-технології у психології бізнесу.....	23
Тема 6. Психологічні основи успішних продажів.....	31
Тема 7. Психологічна допомога суб'єктам бізнесу.....	33
Тема 8. Психологічна культура та етика бізнесу.....	38
2. ТЕМАТИКА ЗАВДАНЬ ДЛЯ ПОГЛИБЛЕНОГО ВИВЧЕННЯ КУРСУ	44
3. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА	45.

ПЕРЕДМОВА

Навчальна дисципліна «Психологія бізнесу» відноситься до навчальних дисциплін циклу професійної підготовки здобувачів вищої освіти другого (магістерського) рівня зі спеціальності 053 «Психологія».

Мета навчальної дисципліни: здійснення теоретичної та практичної підготовки конкурентоспроможних фахівців, які здані ефективно виконувати професійну діяльність у сфері бізнесу, в умовах стресу та динамічних змін, з надмірними інтелектуальними та емоційними навантаженнями.

Завдання навчальної дисципліни: познайомити здобувачів вищої освіти з теоретичними основами психології бізнесу та підприємництва; сформулювати уявлення про роль особистості в бізнесових та підприємницьких процесах; оволодіти основами психології управління людськими ресурсами; знати психологічні закономірності та особливості бізнес-процесів; сформулювати цілісне уявлення про психології бізнес-організації як системи; спрямувати особистість на практичне вирішення психологічних проблем, пов'язаних зі сферою бізнесу та підприємництва.

При вивченні курсу «Психологія бізнесу» здобувачі вищої освіти повинні:

знати: складові бізнес-діяльності, особливості бізнес-культури; основні види підприємницької діяльності; мотиви бізнес-діяльності; особливості, що сприяють і перешкоджають успіху в бізнесі; основи ефективної взаємодії та ділового етикету; національні особливості в діяльності підприємця, організаційного психолога;

вміти: розуміти механізми вибору бізнес-діяльності; визначати набір якостей, необхідних для ведення бізнес-діяльності; виявляти чинники, що сприяють і перешкоджають успіху у бізнес-діяльності; виявляти потреби потенційних клієнтів при веденні бізнес-діяльності.

Об'єкт навчальної дисципліни: факти, механізми та закономірності бізнесу та особистості в бізнесі.

Предмет вивчення навчальної дисципліни: психологічні аспекти бізнесу та підприємництва, як особливих видів професійної діяльності та типів поведінки особистості.

Після вивчення курсу «Психологія бізнесу» (ОК 5), здобувачі вищої освіти повинні володіти такими компетентностями (відповідно до матриць освітньо-професійної програми):

інтегральна:

Здатність вирішувати складні завдання і проблеми у процесі навчання та професійної діяльності у галузі психології, зокрема психології бізнесу, що передбачає проведення досліджень та/або здійснення інновацій і характеризується комплексністю та невизначеністю умов і вимог.

загальні:

ЗК5. Цінування та повага різноманітності та мультикультурності.

ЗК8. Здатність розробляти та управляти проектами.

спеціальні:

СК1. Здатність здійснювати теоретичний, методологічний та емпіричний аналіз актуальних проблем психологічної науки та / або практики.

СК4. Здатність здійснювати практичну діяльність (тренінгову, психотерапевтичну, консультаційну, психодіагностичну) з використанням науково верифікованих методів та технік.

СК9. Здатність дотримуватися у фаховій діяльності норм професійної етики та керуватися загальнолюдськими цінностями.

СК10. Здатність самостійно розробляти проекти шляхом творчого застосування існуючих та генерування нових ідей.

фахові:

ФК1. Здатність аналізувати та оцінювати теоретичні та практичні психологічні проблеми, що стосуються ділових організацій, з критичною інтеграцією сучасних концепцій бізнес-психології, результатів міжнародних емпіричних досліджень та передової практики.

ФК2. Здатність самостійно обирати або професійно розробляти та етично застосовувати оптимальні методи чи програми психологічного втручання для розв'язання питань організації бізнесу для її успіху та розвитку.

ФК3. Здатність встановлювати психологічні закономірності бізнес-діяльності та розуміти її закони.

Методи навчання:

1. Методи організації та здійснення навчально-пізнавальної діяльності:
 - словесні, наочні, практичні методи;
 - індуктивний та дедуктивний методи;
 - творчі, проблемно-пошукові методи;
 - індивідуально-консультаційна робота під керівництвом викладача, самостійна робота.
2. Методи стимулювання й мотивації навчально-пізнавальної діяльності:
 - методи стимулювання інтересу до навчання;
 - методи стимулювання обов'язку та відповідальності.
3. Методи контролю за ефективністю навчально-пізнавальної діяльності:
 - метод усного контролю;
 - письмовий контроль;
 - тестові методи;
 - контрольна перевірка;
 - диференційований залік.

Форми організації занять: лекції, семінарські заняття, індивідуальна й самостійна робота; робота в мережі Internet, тестування, розробка схеми переговорів, участь у групових дискусіях та моделювання й розв'язання професійних ситуацій.

Організація поточного та підсумкового контролю знань.

Метою поточного контролю є перевірка у студентів рівня набутих знань та умінь на лекціях, семінарських заняттях та шляхом самостійного вивчення програмного матеріалу. Поточний контроль здійснюється персоніфікованим оцінюванням роботи кожного здобувача вищої освіти. Структура поточного контролю враховує особливості заочної форми навчання. Максимально можлива оцінка за знання програмного матеріалу дисципліни складає 100 балів.

У поточному контролі знань студентів із навчальної дисципліни «Психологія бізнесу» оцінюванню підлягають наступні *обов'язкові елементи*:

1. Системність і активність роботи на семінарських заняттях.
2. Виконання модульних завдань.

Оцінка системності й активності роботи на семінарських заняттях

передбачає контроль:

- 1) рівня знань, продемонстрованого студентами у їх виступах чи відповідях на семінарських заняттях;
- 2) результатів виконання і захисту контрольних робіт чи інших завдань, винесених на певне семінарське заняття.

Підсумковий контроль знань: екзамен.

1. МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ДО ПРОВЕДЕННЯ СЕМІНАРСЬКИХ ЗАНЯТЬ

Модуль 1. Психологія бізнесу як міждисциплінарна наука

Тема 1. Психічні явища в діяльності бізнесмена

Короткий опис до теми. Базові поняття психології. Свідомість людини: структура, функції, властивості, рівні. Несвідомі компоненти психіки: поняття несвідомого, різновиди та типи. Пізнавальні процеси в діяльності підприємця. Мотивація бізнес-діяльності. Піраміда потреб А. Маслоу. Цінності та установки. Вольові якості бізнесмена. Емоційна сфера особистості. Психологічні аспекти діяльності людини. Бізнесмен як суб'єкт діяльності.

Ключові терміни та поняття: психіка, структура психіки, психічні процеси, психічні стани, психічні властивості, свідомість, передсвідомість, автоматизовані процеси, несвідоме, життєва позиція, темперамент, характер, задатки, здібності, рефлексія, особистісний сенс, самосвідомість, самопізнання, самооцінка, почуття, емоції, переживання, мотивація, діяльність, цілі діяльності.

План семінарського заняття:

1. Структура і функції людської свідомості. Психологічні характеристики бізнесмена.
2. Несвідомі компоненти психіки.
3. Пізнавальні процеси в діяльності бізнесмена.
4. Мотивація бізнес-діяльності.
5. Вольові якості бізнесмена та їх розвиток.
6. Емоційна сфера особистості та її роль в діяльності підприємця.
7. Психологічні аспекти діяльності людини.

Під час розгляду першого питання здобувачі вищої освіти мають знати структуру та функції людської свідомості, зокрема, наступні психічні категорії (явища): психічні процеси, психічні стани, психічні властивості. Важливий аспект – усвідомлювати психологічні характеристики бізнесмена, оскільки це загалом впливає на його професійну діяльність.

Під час розгляду другого питання варто розуміти про несвідомі компоненти психіки, а також розкрити наступні питання: «Що являє собою підсвідомість? Які її основні компоненти? Чи вважаєте Ви можливим управляти своєю підсвідомістю? Чи існують спеціальні способи, які дозволяють це здійснити?»

Розгляд третього питання передбачає знання про те, що в структуру свідомості входять і пізнавальні процеси, на основі яких формується сукупність знань про оточуючий світ (відчуття, сприйняття, мислення, пам'ять).

Під час розгляду четвертого питання потрібно звернути увагу на роль мотивації щодо здійснення бізнес-діяльності, визначити мотиви підприємницької діяльності (проаналізувати провідні мотиви, а також визначити, які мотиви потрібно розвивати). Для підвищення мотивації працівників підприємства існують позитивна та негативна форми, які можна застосовувати. Розкрити ці особливості.

Під час розгляду п'ятого питання варто розглянути вольові якості бізнесмена та їх розвиток, а також визначити психологічні умови і засоби розвитку особистісних характеристик, необхідних для успішної бізнес-діяльності.

Під час розгляду шостого питання потрібно звернути увагу на особливості емоційної сфери особистості та визначити її роль в діяльності підприємця. Разом із цим необхідно розуміти і ті особистісні якості, які перешкоджають професійному успіху.

Під час розгляду сьомого питання потрібно розглянути психологічні аспекти діяльності людини, тому що діяльність – це система активних процесів, які відповідають певній потребі, підкоряються мотиву і реалізують самостійне ставлення людини до світу. Слід усвідомлювати, що динамічні відносини мотиву і мети є психологічно дуже важливими, вони структурують як свідомість, так і діяльність. Однакову дію може входити до складу різних діяльностей, одна і та ж мета відповідати різним мотивам. Мотив надає меті особистісну «вартість», сенс, тому сума цілей психологічно не дорівнює мотиву, в той же час механічна сума дій не дає цілісної діяльності. Один і той же мотив може виразитися в різних цілях, в різних сенсах, чому зміняться і дії, і діяльність, і особистість. Діяльність, свідомість і особистість існують в нерозривній діалектичній триєдності, в якому немає ні головного (вихідного), ні другорядного (що впливає) ланки. Для психології немає діяльності поза свідомістю, як не існує свідомості поза тій чи іншої зв'язку з діяльністю, і все разом – це виключно особистісні, комплексні та цілісні психологічні конструкції.

Завдання.

1. На чистому аркуші намалюйте самого себе, зайнятого якоюсь роботою. Ви можете намалювати себе одного, або з членами вашої сім'ї, або з однокласниками, колегами по роботі. Намагайтеся зобразити себе повністю – не малюйте карикатури або плаский контур (методика «Автопортрет»).

2. Провести самодіагностику застосувавши методику «Коректурна проба» – дослідження стійкості уваги під час тривалої одноманітної роботи з подальшим обговоренням на семінарському занятті.

3. Провести самодіагностику, застосувавши методику «Співставлення понять» – дослідження мислення з подальшим обговоренням на семінарському занятті.

План самостійної роботи здобувачів вищої освіти:

1. Підприємницька активність: зміст і характеристика.
2. Основні мотиви до бізнес-діяльності; теорії мотивації (А. Маслоу, Ф. Херцберга, Д. Макклелланда, В. Врума).
3. Мотивація та кар'єра (стадії і етапи кар'єри, типи кар'єрних орієнтацій).
4. Зміст когнітивного підходу до розкриття поняття «підприємницьке мислення».
5. Лідерство і процес міжособистісної взаємодії.

Перелік питань для самоконтролю:

1. Які відмінності між поняттями «підприємництво» та «бізнес»?
2. Що таке мотивація бізнес-діяльності?
3. Які існують наявні пізнавальні процеси в діяльності бізнесмена?
4. Як емоційно-вольові процеси впливають на успішність діяльності бізнесмена?

5. Яка роль інтуїції в діяльності бізнесмена?

Перелік тестових питань:

1. Свідомість – це ...

- а) формування у людини внутрішньої моделі зовнішнього світу;
- б) форма узагальненого відображення об'єктивних стійких властивостей і закономірностей навколишнього світу;
- в) вища, властива людині форма узагальненого відображення об'єктивних стійких властивостей і закономірностей навколишнього світу, формування у людини внутрішньої моделі зовнішнього світу, в результаті чого досягається пізнання і перетворення навколишньої дійсності;
- г) форма узагальненого відображення об'єктивних стійких властивостей.

2. Несвідоме – це ...

- а) ті психічні явища і процеси, які не усвідомлюються людиною та не контролюються нею;
- б) психічні стани, характеризуються послабленим контролем свідомості;
- в) високоефективні мисленнєві процеси;
- г) найпростіший психічний процес, який полягає у відображенні окремих властивостей предметів.

3. Психічні процеси, за допомогою яких людина пізнає світ називають:

- а) пізнавальними процесами;
- б) вольовими процесами;
- в) емоційними процесами;
- г) інтелектуальними процесами.

4. Мотивацією називають:

- а) сукупність спонукань, що викликають активність індивіда;
- б) сукупність спонукань, що викликають активність індивіда і направляють його до певного виду діяльності;
- в) система активних процесів, які відповідають певній потреби, підкоряються мотиву і реалізують самостійне ставлення людини до світу;
- г) усвідомлене уявлення про результат майбутнього дії; прийняття особистістю сенсу дії.

5. Піраміда потреб за А. Маслоу:

- а) фізіологічні, в безпеці, в приналежності, в повазі, в самореалізації;
- б) фізіологічні, в безпеці, в приналежності, в повазі, в новизні, в самореалізації;
- в) фізіологічні, в безпеці, в приналежності, в повазі, в новизні, в ризику, в самореалізації, в самовдосконаленні, в самоактуалізації;
- г) фізіологічні, в безпеці, в приналежності, в новизні, в ризику, в самореалізації, в самовдосконаленні.

6. Що є більш стійким в емоційно-вольовій сфері особистості:

- а) ані емоції, ані почуття не стійкими;
- б) емоції є більш стійкими, чим почуття;
- в) почуття є більш стійкими, чим емоції;
- г) емоції та почуття є однаково стійкими.

7. Почуття – це ...

- а) конкретна форма переживання емоцій;

б) відносно короточасні переживання, які носять чітко виражений ситуативний характер;

в) короточасні переживання, в яких виражається емоційне ставлення людини до певного об'єкта (суб'єкта);

г) *стійкі переживання, в яких виражається емоційне ставлення людини до певного об'єкта (суб'єкта).*

8. *Психічні процеси, за допомогою яких людина пізнає світ називають:*

а) *пізнавальними процесами;*

б) *вольовими процесами;*

в) *емоційними процесами;*

г) *інтелектуальними процесами.*

9. *Уміння – це ...*

а) *міцно сформована психологічно закріплена та емоційно забарвлена частина досвіду особистості;*

б) *дія, яка автоматизується в процесі свого формування і стає набором, цілісною сукупністю операцій, включених до складу більш складної дії;*

в) *вища форма навички, об'єднаного з іншими операціями і діями і перейшов на рівень сталого властивості особистості;*

г) *конкретні умови, в яких дана мета і які диктують спосіб виконання дії, званий операцією.*

10. *Діяльність – це ...*

а) *активні процеси, які реалізують самостійне ставлення людини до світу;*

б) *система активних процесів, які відповідають певній потребі та реалізують ставлення людини до світу, до подій, до емоцій;*

в) *система активних процесів, які відповідають певній потребі та підкоряються мотиву;*

г) *система активних процесів, які відповідають певній потребі, підкоряються мотиву і реалізують самостійне ставлення людини до світу.*

Рекомендована література:

Основна: 1, 3, 4

Допоміжна: 7, 9, 11, 12

Інтернет-ресурси: 17, 18

Тема 2. Проблема особистості в бізнесі

Короткий опис до теми. Поняття особистості в психології. Співвідношення між поняттями «особистість», «суб'єкт» і «індивід». Структура особистості: направленість, життєвий досвід, форми відображення, біологічний фундамент особистості. Особистісні якості, які сприяють і перешкоджають успіху в бізнесі. Особистісні якості відомих успішних бізнесменів (самостійність, амбіційність, наполегливість, працьовитість, уміння тримати удари долі, стратегічна ідея, ентузіазм). Рівень суб'єктивного контролю бізнесмена. Методи оцінки особистісних якостей.

Ключові терміни та поняття: особистість, теорії особистості, якості, особистісні якості бізнесмена, темперамент, типи темпераменту, флегматик, холерик, сангвінік, меланхолік, сила нервової системи, рухливість нервових

процесів, сензитивність, реактивність, активність, екстраверсія, інтроверсія, емоційна збудливість, характер, риси характеру, властивості характеру, риси характеру, типи характеру, здібності, загальні і спеціальні здібності, обдарованість, спрямованість, установки, потяги, бажання, інтереси, схильності, ідеали, переконання, світогляд.

План практичного заняття

1. Психічні процеси в бізнесі: самопрезентація та імідж бізнесмена.
2. Структура особистості бізнесмена.
3. Особистісні якості, які сприяють і перешкоджають успіху в бізнесі.
4. Рівень суб'єктивного контролю і його значення для успіху підприємницької діяльності.
5. Методи оцінки особистісних якостей.

Готуючись до першого питання здобувачі вищої освіти мають підготувати самопрезентацію та висвітлити імідж бізнесмена. Також потрібно звернути увагу на психічні процеси в діяльності бізнесмена, залагом врахувати це під час самопрезентації, а також розкрити поняття «іміджу» та його ролі у діяльності підприємця.

У другому питанні варто розкрити відповідно структуру особистості бізнесмена на прикладі власного життєвого досвіду, врахувати біологічний фундамент і ін. Структуру особистості у вигляді своєрідної піраміди розглядав К.К. Платонов, фундаментом якої він вважав є генетичні, фізіологічні та біохімічні особливості людського організму, а вищий рівень визначався соціальними і духовними особливостями особистості. Кожен наступний рівень у процесі індивідуального розвитку надбудовувався над попереднім. При цьому вищі рівні, з одного боку, залежали від нижчих, а з іншого – активно впливали на них.

Наприклад, соціальна спрямованість підприємця залежить від його статевої приналежності: у чоловіків-бізнесменів вона орієнтується більше на зовнішні ознаки престижу і багатства, в той час як у жінок, що займаються бізнесом, важливу роль відіграють сімейні цінності та гармонійність їх відносин з близькими людьми. З іншого боку, сформовані інтереси в області бізнесу можуть впливати на біологічні програми особистості: так, у всіх успішних підприємців незалежно від статі і віку відзначаються такі особистісні якості як працьовитість, наполегливість, активність та ін, що дозволяють їм компенсувати недоліки біологічної підструктури їх особистості.

Найбільш важливу роль у структурі особистості відіграє її *спрямованість*, яка розуміється як сукупність стійких мотивів, переконань і прагнень, орієнтувальних людини на досягнення щодо його життєвих цілей. Виділяють три основних види спрямованості особистості: особиста, суспільна і ділова.

Третє питання передбачає розуміння можливої наявності особистісних якостей, які перешкоджають успіху в бізнесі, що може позначитися загальною неадекватністю діяльності бізнес-організації. Потрібно вміти виявляти та оцінювати власні негативні особистісні якості, які можуть заважати успішній діяльності підприємця / бізнесмена. Також варто звернути увагу на роль мотивації щодо здійснення бізнес-діяльності.

Готуючись до четвертого питання здобувачі вищої освіти мають розуміти сутність понять «внутрішній локус контролю» і «зовнішній локус контролю». Слід

усвідомлювати, що *локус контролю* – поняття, яке характеризує суб'єктивне сприйняття локалізації причин поведінки чи керівного початку у себе чи інших.

Джуліан Роттер, соціальний психолог, ввів це поняття у 1954 р. XX ст. Залежно від спрямованості локусу контролю можна виділити екстернальний та інтернальний тип особистості. Екстернальний тип характеризується схильністю приписувати результати діяльності зовнішнім факторам – це і є зовнішній локус контролю. Людина зі схильністю приписувати результати діяльності внутрішнім обставинам – інтернальний тип, яким керує зовнішній локус контролю. Тому важливим є власний рівень суб'єктивного контролю і його значення для успіху власної підприємницької діяльності.

Готуючись до п'ятого питання оцінювання персоналу є процедура, що здійснюється з метою виявлення ступеня відповідності професійних, ділових та особистих якостей працівника, кількісних і якісних результатів його трудової діяльності визначеним вимогам. У загальному вигляді система оцінювання персоналу містить чотири блоки: 1. Зміст оцінки – це об'єкт аналізу, конкретні якості людини, її поведінка, результати її праці; 2. Система критеріїв оцінки та їх вимірювання; 3. Система способів, методів та інструментів оцінювання; 4. Процедура оцінювання: визначається порядок оцінювання, місце проведення, суб'єкти оцінювання, терміни і періодичність оцінки, технічні та організаційні засоби, що використовуються під час оцінювання персоналу.

Також здобувачі вищої освіти мають опрацювати наступні завдання.

1. Підготуватися до вправи для семінарського заняття «Якості бізнесмена».

2. Підготуватися до вправи для семінарського заняття «Мої управлінські здібності».

3. Створіть творчу модель з подальшою презентацією на семінарському занятті «Успішний бізнесмен».

4. Провести психодіагностичну методичку тест Кеттела.

План самостійної роботи здобувачів вищої освіти:

1. Взаємозв'язок і відмінність понять задатки, здібності, обдарованість, талант, геніальність.

2. Характеристика професійно важливих якостей бізнесмена, лідера, менеджера.

3. Типологія бізнесменів.

Перелік питань для самоконтролю:

1. Які особистісні якості перешкоджають успіху в бізнесі?

2. Що таке внутрішній і зовнішній локус-контролю?

3. Яка роль самопізнання у діяльності бізнесмена?

4. Яку роль грає самопрезентація для успішної діяльності бізнесмена?

Перелік тестових питань:

1. Я-образ включає наступні компоненти:

а) емоційно-оцінний, поведінковий (вольовий);

б) пізнавальний (когнітивний), емоційно-оцінний, поведінковий (вольовий);

в) пізнавальний (когнітивний), емоційно-оцінний;

г) пізнавальний (когнітивний), емоційно-оцінний, поведінковий (вольовий), особистісний, вольовий.

2. Особистість – це ...

- а) об'єднання всіх характеристик індивіда в єдину структуру;
- б) людина, яка розвивається і змінюється в процесі індивідуального розвитку;
- в) *об'єднання всіх характеристик індивіда в єдину структуру, яка зберігаючи певну стійкість, все ж змінюється в результаті адаптації до мінливих умов середовища;*

г) відносно стійка структура психіки, в якій окремі риси взаємодоповнені в складну ієрархічну систему.

3. *Яка функція свідомості забезпечує можливість самоаналізу і самосвідомості?*

- а) креативна;
- б) перетворююча;
- в) рефлексивна;
- г) оцінна.

4. *Направленість – це ...*

- а) сукупність переконань, що орієнтують людину на досягнення;
- б) сукупність бажань, що орієнтують людину на досягнення;
- в) сукупність мотивів, що орієнтують людину на досягнення;
- г) *сукупність стійких мотивів, переконань і бажань, що орієнтують людину на досягнення її життєвих цілей.*

5. *Емоції – це ...*

- а) стійкі переживання, у яких виражається емоційне ставлення людини до певного об'єкта (суб'єкта);
- б) різна за характером форма переживання почуттів та емоцій;
- в) короточасні переживання, у яких виражається емоційне ставлення людини до певного об'єкта;
- г) *відносно короточасні переживання, які носять чітко виражений ситуативний характер, тобто зв'язані зі ставленням людини до ситуацій, що виникають, або можливих ситуацій, до своєї діяльності, до конкретних вчинків.*

6. *Темперамент – це ...*

- а) набуті особливості людини, які обумовлюють динамічні характеристики інтенсивності та швидкості реагування, ступеня емоційної збудливості і врівноваженості;
- б) набуті особливості людини, які обумовлюють динамічні характеристики інтенсивності та швидкості реагування, ступеня емоційної збудливості і врівноваженості;
- в) ті особливості людини, які обумовлюють ступінь емоційної збудливості і врівноваженості, особливості пристосування до навколишнього середовища;
- г) *ті природжені особливості людини, які обумовлюють динамічні характеристики інтенсивності та швидкості реагування, ступеня емоційної збудливості і врівноваженості, особливості пристосування до навколишнього середовища.*

7. *Характер – це ...*

- а) сукупність індивідуально-своєрідних властивостей особи, які визначаються її відносинами і виявляються в типових способах діяльності;
- б) сукупність індивідуально-своєрідних властивостей особи;
- в) сукупність індивідуально-своєрідних властивостей людини;

г) сукупність індивідуально-своєрідних властивостей індивіда.

8. *Самопрезентація у діяльності бізнесмена ...*

а) може нашкодити йому при налагодженні контактів із бізнес-партнерами;

б) може допомогти йому при налагодженні контактів із бізнес-партнерами;

в) є обов'язковою під час формування контактів із бізнес-партнерами;

г) ніяк не впливає на під час формування контактів із бізнес-партнерами.

9. *Лідерські якості бізнесмена ...*

а) тільки допоможуть йому під час здійснення підприємницької діяльності;

б) можуть тільки нашкодити йому під час здійснення підприємницької діяльності;

в) не є обов'язковими;

г) є зайвими для нього.

10. *Як в загальному поділяють якості та риси керівника, що досягає успіху:*

а) психологічні, інтелектуальні, професійні, соціальні;

б) прагнення до лідерства, здатність до самоаналізу;

в) діловитість, постійний вияв ініціативи, самодостатність особистості;

г) індивідуальні, соціальні, масові.

Рекомендована література:

Основна: 2, 3, 4

Допоміжна: 7, 9, 11, 12

Інтернет-ресурси: 17, 18

Змістовий модуль 2. Психологічні аспекти ефективної бізнес-діяльності

Тема 3. Комунікативні процеси в діяльності бізнесмена

Короткий опис до теми. Основні поняття «мови» і «мовлення». Розвиток мовлення і її види. Функції і компоненти мовлення. Спілкування: зміст, цілі та засоби. Ділове спілкування. Поняття «конфлікту» та його соціальна роль. Особливості стадій конфлікту. Класифікація конфліктів. Причини та наслідки виробничих конфліктів. Основні стратегії поведінки в конфліктних ситуаціях. Психологічні підходи до вирішення конфліктних ситуацій.

Ключові терміни та поняття: мова, мовлення, функції мовлення, види мовлення, комунікація, спілкування, перцепція, інтеракція, функції спілкування, види спілкування, ділове спілкування, аксіальне спілкування, ритуальне спілкування, перекопувальне спілкування, індивідуальне, групове та публічне спілкування, форми ділового спілкування, конфлікт, причини конфліктів, структура конфлікту, типи конфліктних особистостей.

План практичного заняття

1. Еволюція мовлення в процесі історичного розвитку.
2. Співвідношення вербального і невербального компоненту мовлення в процесі спілкування.
3. Особливості ділового спілкування в діяльності бізнесмену.
4. Основні стратегії поведінки в конфліктних ситуаціях.
5. Способи управління конфліктними ситуаціями.

Перше питання розкриває те, що становлення мови в первісному суспільстві було закономірно підготовлене важливими об'єктивними передумовами соціального і біологічного характеру. Вирішальною соціальною передумовою був поступовий перехід до справжньої трудової діяльності, пов'язаної з виготовленням знарядь праці. Суспільний характер праці, необхідність координації дій учасників трудового процесу викликали потребу в свідомому застосуванні певних звукових сигналів. Далі варто розглянути особливості еволюції мовлення в процесі історичного розвитку.

У другому питанні має бути розкрито співвідношення вербального і невербального компоненту мовлення в процесі спілкування у психології бізнесу. Так, невербальні фактори комунікації відіграють найбільш важливе значення на етапі знайомства людей, на етапі першого враження та у процесі здійснення подальшої комунікації. Потрібно звернути увагу при підготовці на це питання на: 1) комунікативні жести, які заміщають в мовленні елементи мови (жести вітання і прощання, погрози, залучення уваги, що кличуть, запрошують, жести ствердні, негативні, питальні, такі, що виражають подяку, примирення та ін.); 2) описово-образотворчі жести, які супроводжують мову і втрачають сенс поза мовним контекстом (жести, що позначають розмір, форму предмету, просторове розташування об'єкту та ін.); 3) модальні жести, які виражають оцінку предметів, явищ, людей (жести схвалення, незадоволення, недовіри, невпевненості, розгубленості, огиди, радості, захоплення, здивування).

Третє питання розкриває особливості ділового спілкування в діяльності бізнесмену. Це можуть бути ділові бесіди, консультації, наради, переговори і т.ін. Потрібно звернути увагу на те, що це по суті вибір певної моделі поведінки, яка в конкретній ситуації може буде найбільш сприятливою в досягненні поставленої мети ділового спілкування.

Четверте питання розкриває основні стратегії поведінки в конфліктних ситуаціях, при цьому потрібно розуміти особливості кожної стратегії під час взаємодії з конфліктною стороною.

Під час підготовки до п'ятого питання потрібно знати способи управління конфліктними ситуаціями та усвідомлювати роль бізнесмена у цьому для ефективної підприємницької діяльності. Бізнесмену для успішного виконання своїх функцій слід урахувувати такі складні стани взаємодії людей, як протиріччя і напругу, брати до уваги відмінності в позиціях та інтересах учасників спільної діяльності, уміти запобігати зіткненням і ефективно управляти ними, переводячи в конструктивну площину.

Завдання.

1. Підготуватися до вправи для семінарського заняття «Класифікація спілкування» і «Функції спілкування».

Вправа «Класифікація спілкування». Перерахуйте приклади опосередкованого спілкування в діяльності підприємця (за допомогою листа, телефону, факсу, електронної пошти). Яка інформація і як втрачається в цих видах спілкування? Які способи компенсації втраченої інформації ви можете запропонувати?

Функції спілкування. Група розбивається по 2 особи, які мають придумати та розіграти виробничу ситуацію з діяльності підприємця (з клієнтом, партнером, податковим інспектором, чиновником і ін.). Інші студенти повинні знайти в цій

ситуації окремі функції спілкування і занести в таблицю, після чого відбувається загальне обговорення, і студенти оцінюють, наскільки правильно була сприйнята ситуація.

Функція спілкування	Приклад з ділової ситуації
Обмін інформацією	
Вплив на інших людей	
Дотримання соціальних умовностей	
Вираз своїх почуттів	
Отримання зворотнього зв'язку про себе	

2. Провести психодіагностичну методику «Способи поведінки в конфлікті» К. Томаса.

План самостійної роботи здобувачів вищої освіти:

1. Психологія публічного виступу.
2. Принципи ділової взаємодії у бізнесі.
3. Етико-психологічні принципи ділової взаємодії у бізнесі.
4. Способи поведінки в конфлікті (за К. Томасом).

Перелік питань для самоконтролю:

1. Яка роль ефективної комунікації під час діяльності бізнесмена?
2. Які існують стратегії поведінки в конфлікті?
3. Як впливає кожна з п'яти стратегій поведінки в конфлікті на діяльність бізнесмена та подальшу комунікацію з партнерами?
4. Як попереджати та управляти конфліктними ситуаціями в діяльності бізнесмена?

Перелік тестових питань:

1. *Рекомендація, яка направлена на підтримку психологічного контакту із співрозмовником, названа невірно?*

- а) намагайтеся, щоб між вами і партнером не було перепон;
- б) уникайте «закритих» поз;
- в) під час розмови як можна менше дивіться в очі співрозмовника;
- г) тональність мовлення повинна відповідати тональності співрозмовника.

2. *Імідж означає:*

- а) образ, зображення, точна схожість;
- б) схожість, подібність товару;
- в) схожість з кимось, подібність до чогось;
- г) думка про людину.

3. *Управління конфліктами в організаціях передбачає розв'язання таких основних завдань...*

- а) застосування спеціальних способів та прийомів попередження конфліктів;
- б) застосування спеціальних способів та прийомів попередження конфліктів, пошук можливостей розв'язання та подолання вже існуючих, реальних конфліктів;
- в) подолання вже існуючих, реальних конфліктів шляхом обходу конфліктної ситуації;
- г) пошук можливостей розв'язання та подолання вже існуючих, реальних конфліктів.

4. Яка функція спілкування має місце, коли починаючий продавець запитує у свого більш досвідченого колеги, як він працював перший день?

- а) вплив на інших людей;
- б) дотримання соціальних умовностей;
- в) вираження своїх почуттів;
- г) отримання зворотної інформації про себе.

5. Існують такі стилі поведінки особистості під час конфлікту і з урахуванням двох умов: важливості досягнення мети (орієнтація на власні інтереси) та підтримання хороших стосунків з опонентами (орієнтація на задоволення інтересів протилежної сторони):

- а) відхід від конфлікту, боротьба, поступливість;
- б) боротьба, компроміс;
- в) відхід від конфлікту, боротьба, поступливість, компроміс, співпраця;
- г) відхід від конфлікту, боротьба, поступливість, співпраця.

6. Існує п'ять основних стилів розв'язання конфлікту, в основу яких покладена система, котру називають:

- а) методом Томаса-Кілменна;
- б) концепцією Ф. Тейлора;
- в) методом впливу;
- г) решіткою Р. Блейка.

7. Який фактор знижує ефективність аргументації консультанта під час презентації?

- а) використання запитань, на які клієнт відповів «так»;
- б) підкріплення своїх доводів демонстрацією;
- в) стійке продовження презентації навіть всупереч бажанню клієнта;
- г) використання тільки тих аргументів, які звернені до мотивів клієнта.

8. Який тип продажу безпосередньо передує презентації комерційної пропозиції?

- а) робота із запереченнями;
- б) встановлення психологічного контакту з клієнтом;
- в) виявлення потреб клієнта;
- г) після продажний супровід клієнта.

9. Яка ознака невербального спілкування не є ознакою впевненості продавця?

- а) прямий погляд в очі;
- б) розправлені плечі;
- в) швидке мовлення;
- г) низький голос.

10. Який із компонентів «продажу себе» не є обов'язковим компонентом процесу продажів?

- а) дружлюбність;
- б) впевненість в собі;
- в) уміння довго та багато говорити про товар;
- г) компетентність.

Рекомендована література:

Основна: 1, 4

Допоміжна: 7, 9, 11, 12, 13

Інтернет-ресурси: 16, 18

Тема 4. Психологічні особливості успішної бізнес-діяльності

Короткий опис до теми. Стратегії особистості. Основи ефективного цілепокладання. Фактори впливу на успішність бізнес-діяльності. Специфіка функції прийняття рішень у діяльності бізнесмена. Класифікація управлінських рішень. Етапи вироблення управлінських рішень. Психологічні механізми, які впливають на прийняття управлінських рішень. Психологічні бар'єри на шляху прийняття управлінських рішень. Вплив темпераменту на вироблення управлінських рішень. Перешкоди на шляху до цілі та їх подолання. Підприємницький ризик. Забезпечення безпечного бізнесу. Основні види обману в бізнесі. Технології та інструменти обману. Використання психологічних особливостей людини під час обману. Методи розпізнавання обману.

Ключові терміни та поняття: успіх, підприємницький успіх, управлінські рішення, специфіка управлінських рішень, види рішення, вибір рішень.

План практичного заняття

1. Стратегії особистості.
2. Основи ефективного цілепокладання у застосування до бізнес-планування.
3. Психологічні аспекти прийняття рішень та їх зв'язок з особистістю бізнесмена.
4. Фактори, які перешкоджають успіху бізнес-діяльності та їх нейтралізація.
5. Психологічні особливості підприємницького ризику.
6. Психологічні основи протидії обману у бізнес-діяльності.

Перше питання розкриває стратегії особистості бізнесмена під час його бізнес-діяльності. Варто усвідомити, що термін «життєва стратегія особистості» був запроваджений К.О. Абульхановою-Славською, під цим вона розуміє принцип опори на власні сили, перетворення умов, ситуацій життя відповідно до цінностей особистості. Життєва стратегія – це своєрідна соціальна, культурна і психологічна проекція індивіда на власне майбутнє. Варто розуміти, що життєва стратегія особистості характеризує не лише вибір вектору дій, але й вимір глибини переживань особистістю того, що з нею відбувається. Особистість виступає у ролі головного регулювальника реалізації стратегії, забезпечуючи її якісну своєрідність і визначаючи її динамічні особливості.

Друге питання передбачає розгляд основ ефективного цілепокладання у застосуванні до бізнес-планування. Також слід звернути увагу на комплекс активних методів і форм психологічної підготовки підприємців до підвищення ефективності підприємницької діяльності. Суть методу полягає в тому, щоб визначити ціль компанії / бізнес-організації та деталізувати її до рівня командних та індивідуальних цілей.

Третє питання визначає основні психологічні аспекти прийняття рішень та їх зв'язок з особистістю бізнесмена. Психологічна теорія прийняття рішень, за словами польського дослідника Ю. Козелецького, являє собою «систему тверджень про справжню поведінку людини в процесі вибору рішення». Ця психологічна теорія прийняття рішень виконує три основні функції: 1) функцію передбачення, що дає змогу з великою вірогідністю передбачити особливості поведінки людей, які

приймають рішення в даній ситуації; 2) функцію пояснення, яка дає можливість пояснити людський механізм вибору дії; найбільшу пояснювальну цінність має визначення послідовності, в якій відбувається інтеріоризований процес вибору; 3) практичну функцію; найбільшу практичну цінність становлять знання про дії щодо прийняття рішень, які використовуються у процесі створення діагностичних систем або оптимізації персональних рішень.

Прийняття рішень, тобто вибір, пов'язане з такими явищами, як мислення, роздуми, сперечання, розв'язування проблем, умовиводи, перевірка гіпотез або досягнення висновків. Усі ці дії є предметом дослідження когнітивної психології. Процес прийняття рішень, крім планування, організації та мотивації, є однією з управлінських функцій, яка полягає у зборі та обробці інформації про майбутні дії.

Людина робить вибір для того, щоб змінити навколишню ситуацію. Рішення – це свідоме обрання одного варіанту з принаймні двох можливих. Іноді рішення дуже прості. Інші можуть бути набагато складнішими, і особам, які приймають рішення, доводиться брати до уваги велику відповідальність у своєму виборі. Говорячи про прийняття рішення, зазвичай згадується проблемна ситуація, яка потребує пошуку ефективного способу. Процес прийняття рішень нерозривно пов'язаний з мисленням, тобто з роботою конкретних операційних процедур. Вони ж ґрунтуються на стратегіях, процесах міркування або евристичних (творче, продуктивне мислення) методах розв'язання проблем.

Четверте питання передбачає розуміння того, що існують фактори та бар'єри, які перешкоджають успіху бізнес-діяльності:

- боязнь нових ситуацій (нових співробітників, нових керівників і законів, ревізорів, нових тем уроку і т.ін.), боязнь невідомого, небажання ризикувати. Люди часто схильні віддати перевагу безпеці і зручності ризику і новизні;
- боязнь уразливості. Люди часто прагнуть уникати ситуацій, які можуть заподіяти їм біль або налякати, бояться своїх помилок, проявляють недостатню енергійність;
- невпевненість в собі. Розвиток часто стримується невір'ям у свою здатність змінитися. Відсутність прагнення до інновацій часто викликано страхом помилки, зневірою в свої здібності робити щось нове. Незнання самого себе, недостатнє уявлення про себе;
- недостатні вміння та навички, слабкий потенціал, брак підтримки, відсутність потрібних навичок. Іноді людям не вистачає нових ідей або навичок, необхідних для зміни себе. Особливо це стосується тих людей, які довгий час працюють в одних і тих же умовах;
- відсутність підтримки з боку керівників.

Шляхом аналізу життя і діяльності багатьох неординарних, котрі домоглися дуже багато чого у своїй діяльності людей, він виділив найважливіші психологічні характеристики успіху. Х. Маккей вважає, що, хоча всі ми володіємо індивідуальними здібностями, завдяки яким кожен з нас є унікальним, можна виділити загальні характерні особливості процвітаючих людей, які допомогли їм добитися успіху. На основі цих особливостей їм була побудована формула успіху: Завзятість + Визначення мети + Впевненість у собі + Зосередження зусиль = Успіх.

Потрібно звернути увагу також і на інші особливості у рамках нейтралізації факторів, які перешкоджають успіху бізнес-діяльності. Гнучкість – це абсолютно

необхідна якість для успіху підприємця (Шив Кхемка). Іноді запорукою успіху є швидкість та спритність, особливо якщо мова йде про стратегію та прийняття рішень (Абдульрахман Аль-Сухаймі).

По п'ятому питанню слід розуміти, що з огляду історії ризик – це одна із ключових ознак, яка визначає сутність підприємництва. Ризик як наукова інтерпретація підприємництва і діяльності підприємця зафіксована ще на початку XVIII ст., коли англійський економіст Р. Кантильйон визначив підприємця як людину, яка діє в умовах ризику. Характеризуючи ситуацію ризику в підприємстві, С. Бергстрем, шведський психолог, відмічає, що він знаходиться в самому серцевині бізнесмена. При цьому повна вдача – і щоб назавжди – не гарантована нікому. Це особливо чітко видно з результатів проведених автором досліджень невеликих (до 50 працюючих) фірм. Серед них скоріше можна відшукати дві крайності. «З одного боку є «ідеалісти», люди, які бачать сенс життя в тому, щоб виробляти добре продукт та робити чесний бізнес. З іншого боку ми можемо відшукати циніків, які не відмовляються від можливості робити гроші шляхами, які не можуть бути використані великими фірмами, тому вони прагнуть бути непізнаними. В обох ситуаціях люди прекрасно знають на що вони йдуть». Тож програвати та вигравати можуть і перші, і другі.

При аналізі психологічних аспектів підприємницької діяльності потрібно розглянути такі питання:

- актуальність дослідження проблеми;
- зміст феномена «підприємництво» та основних історичних етапів його розвитку;
- розуміння підприємництва як типу поведінки та як виду підприємницької діяльності;
- сутність та основні функції підприємницької діяльності;
- значення особистісного потенціалу підприємницької діяльності;
- психологічні особливості діяльності вітчизняних підприємців та їх потреба в психологічній підтримці.

Шосте питання передбачає розгляд основних аспектів того, що ризик обману формується за умови перетину «трьох китів»: *мотивації* (шахрая) – необхідність, певні умови та обставини, що змушують вчинити шахрайство, *раціоналізації* – коли існує певне виправдання своїм діям та *можливості* – якщо ситуація сприяє безкарному обману. Зокрема, до мотивації можна віднести алкогольну або наркотичну залежність, дороге лікування, борги, до можливості – недостатність внутрішнього контролю, недостача етичного тону топ-менеджменту, неорганізований облік, існування кількох десятків баз, відсутність інвентаризацій. До раціоналізації відносять такі установки потенційного шахрая: «Я заслуговую на це», «Я краще використаю ці гроші», «Мені вони більш необхідні», «Пізніше поверну» і т.ін.

Під обманом розуміється повідомлення неправдивих відомостей або навіть замовчування відомостей, які мають бути повідомлені. Обман може здійснюватися в будь-якій формі: усній, письмовій, в електронному повідомленні, через підробку документів чи листів тощо. Бажано, щоб у всіх видах комунікаційної діяльності, на міжособистісному, груповому і масовому рівнях дотримувався принцип правдивості. Формою регулювання стосунків, як наголошує етика бізнесу, є

дотримання ієрархії цінностей. У виборі їх ставиться справедлива вимога дотримання принципу переваги прав реальної людини над правами бізнес-організації / компанії чи суспільства загалом.

Завдання.

1. Підготуватися до вправи для семінарського заняття «Цілепокладання».
2. Підготуватися до ділової гри для семінарського заняття «Управлінські рішення».
3. Провести самодіагностику при виконанні тесту «Схильність до підприємницького ризику».

План самостійної роботи здобувачів вищої освіти:

1. Охарактеризувати важливість досліджень з психології управління для успішної організації бізнес-діяльності.
2. Ризик, його види і функції.
3. Ситуації невизначеності та ризику.
4. Схильність до підприємницького ризику.
5. Структура та функції людської свідомості.
6. Несвідомі компоненти психіки.

Перелік питань для самоконтролю:

1. Які існують фактори-перешкоди успіху бізнес-діяльності?
2. Що таке обман у бізнесі?
3. Як можна розкрити поняття «підприємницький ризик»?
4. Охарактеризуйте підприємницьку активність, її зміст.

Перелік тестових питань:

1. *Якої вимоги не слід дотримуватися під час прийняття управлінських рішень?*

- а) рішення повинні бути емоційними;
- б) повинні розглядатися і позитивні, і негативні варіанти рішення;
- в) рішення не повинні бути поспішними;
- г) факти, на яких ґрунтується рішення, повинні бути витлумачені правильно.

2. *Система управління на основі «точного виконання індивідами системи правил і процедур» розроблялася в теорії:*

- а) Ф. Гілбрета;
- б) М. Вебера;
- в) А. Файоля;
- г) Ф.-В. Тейлора.

3. *«Хоторнський експеримент» проводив:*

- а) А. Файоль;
- б) П. Друкер;
- в) Е. Мейо;
- г) М. Вебер.

4. *Дж. Стівенс виділив певні особистісні якості характеру, які заважають людині гармонійно й успішно жити і діяти, а саме:*

- а) зарозумілість, жадібність, егоїзм;
- б) зарозумілість, нетерплячість, жадібність;
- в) зарозумілість, нетерплячість, авторитарність;
- г) нетерплячість, жадібність, егоїзм.

5. Ризик – ...

- а) означає небезпеку, тому є несумісним з бізнесом та підприємництвом;
- б) означає втрати, тому є несумісним з бізнесом та підприємництвом;
- в) може бути у діяльності бізнесмена, але це не складова підприємництва;
- г) це невід’ємна складова підприємництва.

6. Така особистісна якість як підвищена тривожність ...

- а) говорить про обережність в діяльності бізнесмена;
- б) утруднює діяльність бізнесмена;
- в) говорить про розвинуту інтуїцію в діяльності бізнесмена;
- г) поліпшує діяльність бізнесмена.

7. Найзагальніша класифікація психологічних чинників управлінської (проблемної) ситуації запропонована Л.М. Карамушкою, які обумовлюють, обмежують чи визначають критерії до майбутнього розв’язання існуючої проблеми, тобто суттєво впливають на процес прийняття управлінських рішень, це...

- а) об’єктивні (або зовнішні) та суб’єктивні (або внутрішні) чинники;
- б) об’єктивні, суб’єктивні та особистісні чинники;
- в) об’єктивні, суб’єктивні, несистемні та фрагментарні чинники;
- г) об’єктивні, суб’єктивні та фрагментарні чинники.

8. Види підприємницьких ризиків:

- а) комерційний, фінансовий, технічний, ринковий;
- б) виробничий, фінансовий, технічний, ринковий;
- в) виробничий, інноваційний, комерційний, фінансовий, технічний;
- г) виробничий, інноваційний, комерційний, фінансовий, технічний, ринковий.

9. Маніпулятивна поведінка – це...

- а) вид взаємодії в бізнесі;
- б) такий спосіб організації відносин, коли один учасник прагне досягти своєї мети за рахунок іншого, причому таким чином, щоб останній не усвідомив, що його поведінка насправді зумовлена (провокована) ініціатором взаємодії;
- в) активна цілеспрямована діяльність, метою якої є отримання необхідної інформації;
- г) трансформація ідей у новий або вдосконалений продукт, технологічний процес або в новий підхід.

10. Одне з безперечних позитивних якостей особистості бізнесмена – це ...

- а) його демократичний стиль діяльності;
- б) здібності та презентабельна зовнішність;
- в) авторитарний стиль керівництва;
- г) його лідерські якості.

Рекомендована література:

Основна: 1, 2, 4

Допоміжна: 6, 9, 11, 12

Інтернет-ресурси: 17, 18

Тема 5. Персонал-технології у психології бізнесу

Короткий опис до теми. Базові принципи ефективного управління бізнесом. Оптимальне співвідношення основних функцій керівництва. Планування. Організація (основні положення системи Ф.Тейлора). Психологічні основи успішної бізнес діяльності. Способи досягнення успіху в бізнесі. Успіх в бізнесі. Мотивація: методи дисциплінарного впливу; причини демотивації персоналу та способи її корекції. Провідні мотиваційно-ціннісні орієнтації сучасних бізнесменів і підприємців. Формування команди в бізнесі. Етапи роботи з персоналом. Підбір персоналу. Навчання персоналу. Формування корпоративної культури.

Ключові терміни та поняття: психологія управління, людський чинник, функції керівника, управлінські функції, планування, організація, контроль, команда, підбір персоналу, мотивація, методи мотивації, профпридатність, корпоративна культура.

План практичного заняття

1. Проблема оптимального поєднання управлінських функцій керівника.
2. Функція планування й організації в діяльності бізнесмена.
3. Різновиди контролюючої функції керівника у малому бізнесі.
4. Способи формування команди в бізнесі.
5. Методи підбору персоналу.
6. Сучасні уявлення про методи мотивації персоналу.
7. Формування корпоративної культури.

У першому питанні варто розуміти, що психологія управління – галузь психологічної науки, яка вивчає психологічні закономірності управлінської діяльності, зокрема роль людського та психологічного чинників в управлінні, оптимальний розподіл професійних та соціальних ролей у групі (колективі), лідерство та керівництво, процеси інтеграції та згуртованості колективу, неформальні стосунки між його учасниками, психологічні механізми управлінського рішення, соціально-психологічні риси керівника тощо. Тому потрібно розглянути основні проблеми оптимального поєднання управлінських функцій керівника. При цьому важливим є наявність управлінської культури, яка виявляється у здійсненні керівником управлінської діяльності через систему взаємозв'язків із колективом, виконання своїх обов'язків, які проявляються в реалізації управлінських функцій. Підґрунтям управлінської культури керівника є загальна і професійна культура. Загальна культура керівника виявляється в культурі особистості (загальнокультурна компетентність та культура саморегуляції); культурі діяльності (культура інтелектуальної і предметної діяльності); культурі соціальної взаємодії (культура поведінки й культура спілкування).

Управлінську культуру керівника розуміють як сукупність типових для нього цінностей, норм, поглядів та ідей, що неусвідомлено формують його поведінку, що виявляється у стилі виконання управлінських функцій, стилі спілкування та його ситуативній поведінці, що якісний розвиток управлінської культури полягатиме в розвитку особистісних якостей керівника та оптимізації здійснення функціонального циклу. Управлінська культура керівника не може відбутися без наявності глибоких знань, методичного досвіду і майстерності; високої організованості і гнучкого мислення; широкого використання у роботі сучасних методів управління; без уміння прогнозувати хід ситуації та швидко орієнтуватися в обставинах, без об'єктивного аналізу. Своєчасність у доведенні до виконавців усіх

розпоряджень і документів; систематичний контроль виконання; ініціатива і самостійність, переконаність, витримка; вміння чітко розробляти й акуратно оформляти службові документи – усе це являється ознаками розвинутої управлінської культури.

Друге питання розкриває функцію планування й організації в діяльності бізнесмена. Сутність планування проявляється в конкретизації цілей розвитку всієї фірми та кожного підрозділу на певний період; визначенні господарських завдань, засобів їх досягнення, термінів та послідовності реалізації; виявленні матеріальних, трудових і фінансових ресурсів, необхідних для вирішення поставлених завдань. Виділяють декілька функцій бізнес-планування: 1) функція пов'язана з можливістю використання бізнес-планування для розробки загальної концепції, генеральної стратегії розвитку підприємства; 2) функція планування, що полягає у можливості оцінки і контролю процесу розвитку основної діяльності підприємства; 3) функція сприяння залученню ззовні грошових коштів; 4) залучення до реалізації планів розвитку підприємства потенційних ділових партнерів, які могли би вкласти у проект власний капітал чи технологію.

Тому планування має забезпечити взаємозв'язок між окремими структурними підрозділами фірми, які представляють всю технологічну ланку: наукові дослідження і розробки, виробництво та збут. Ця діяльність спирається на виявлення та прогнозування споживчого попиту, аналіз й оцінку наявних ресурсів та перспектив розвитку господарської кон'юнктури. Звідси випливає необхідність зв'язку планування з маркетингом і контролем з метою постійного коригування показників виробництва і збуту слідом за змінами попиту на ринку.

Третє питання розкриває різновиди контролюючої функції керівника у малому бізнесі. У процесі управління організацією або підприємством виникає безліч не передбачених системою управління ситуацій і невизначеностей. Тому виникає потреба у здійсненні контролю, і керівники починають здійснювати функцію контролю з того самого моменту, коли ними сформульовані цілі і завдання, створена організація. Контроль – це процес забезпечення досягнення цілей організації шляхом постійного спостереження за її діяльністю та усунення відхилень, які при цьому виникають.

Найбільш поширеною є класифікація контролю за критерієм часу здійснення контрольних операцій. *Випереджаючий контроль* здійснюється до початку трансформаційного процесу і спрямований на якість та/або кількість усіх вхідних ресурсів у організацію (фізичних, людських, інформаційних, фінансових тощо), перш ніж вони стануть частиною організації. Його мета – запобігання ситуаціям, здатних завдати шкоди організації, а не їх лікування. *Поточний контроль* здійснюється безпосередньо впродовж трансформаційного процесу. Він ґрунтується на вимірюванні фактичних результатів діяльності і оперативному реагуванні на відхилення, що виникають. Розрив у часі між виникненням відхилень і коригуючими діями менеджера є мінімальним. Мета поточного контролю – з'ясування причин відхилень, що обумовлює його широке застосування. *Заключний контроль* відбувається після завершення трансформаційного процесу, його об'єктом є виходи із організації. Основний недолік заключного контролю – констатація відхилень, коли збитки невідворотні. Отже, ефективність заключного контролю нижча проти інших, однак для багатьох видів діяльності він є єдиним можливим

видом контролю. Цілі заключного контролю: отримання інформації для удосконалення планування у майбутньому; побудова ефективної системи мотивації.

Американські спеціалісти дійшли висновку, що процес контролю реалізується через такі етапи:

- розробку стандартів і критеріїв контролю (обмеження в часі, забезпечення реальності показників і результатів);
- порівняння реальних результатів з прийнятими стандартами та критеріями (вимірювання результатів, розповсюдження інформації про результати, оцінка інформації, обґрунтування висновків);
- здійснення необхідних коригуючих дій (перегляд стандартів, усунення відхилень).

Четверте питання розкриває способи формування команди в бізнесі. *Командоутворення* (англ. «teambuilding») – побудова ефективної команди, створення групи людей націлених на досягнення єдиного результату, працюючої злагоджено, як єдиний організм; процес цілеспрямованого формування особливого способу взаємодії людей в організації, що дозволяє ефективно реалізовувати їх енергетичний, інтелектуальний і творчий потенціали. Суть командоутворення в організації полягає у створенні необхідних умов для формування навичок ефективної роботи в команді, формування команди та вироблення командного духу, вміння працювати в команді, виявлення лідерів згуртування колективу і створення атмосфери неформального спілкування.

Формування команди базується на принципах: цілеспрямованість, згуртованість, відповідальність.

Виділяють етапи формування команди.

1. Визначення цілей формування команди.
2. Прийняття рішення про лідерство в команді.
3. Підбір членів команди.
4. Налаштування комунікативних зв'язків між членами команди.
5. Розподіл функціональних обов'язків між членами команди.
6. Розвиток командної взаємодії.

Група людей перетворюється в команду, коли у людей є спільне бачення майбутнього, спільні завдання і бажання досягти поставлених сміливих цілей.

У практичній діяльності є *два основних способи формування команди* (еліти).

1. Висновок про придатність кандидата робиться особисто самим керівником або одним із групи осіб, які вже належать до команди. При цьому може бути два варіанти:

– еліта деградує, якщо кращі усуваються в ній першими, а гірші виступають рекомендувачами частіше, ніж кращі;

– найбільш ефективний механізм самоочищення базується на процедурі «прополювання», коли періодично усувають із команди певну кількість гірших працівників, а на ці місця набирають кандидатів. Ця робота тим ефективніша, чим менше елементів і нижчого рангу усувається. І навпаки, найбільших втрат зазнає команда, коли з неї забирають одного найкращого. Основним із варіантів «прополювання» є атестація працівників.

2. Делегування прийшлого кандидата в елітну групу. У цьому разі процес її формування складається з двох етапів: на першому формується резерв, який

періодично проходить навчання; на другому – з резерву на посаду керівника призначають кандидата.

Створення ефективної команди для вирішення тих чи інших завдань – це відмінна можливість підвищити конкурентоспроможність організації і спосіб вижити на ринку. Створення спеціальної команди дозволяє зняти дефіцит фахівців у конкретній області, може заповнити пролом у функціональній структурі організації, вирішити кризову ситуацію і впоратися зі складною творчим завданням, оптимізувати систему управління організації тощо.

П'яте питання розкриває методи підбору персоналу. Сучасні дослідження доводять практичну значимість принципу максимальної гетерогенності, згідно з яким більшу продуктивність і креативність показують гетерогенні команди в порівнянні з гомогенними, так як доповнюють один одного люди можуть охопити більш широке коло завдань. Стихійний підбір в команду, як правило, сприяє зсуву до полюса гомогенності, так як люди прагнуть працювати з тими, хто їм подобається, схожий на них, близький їм, але взаємодія буде більш продуктивним, якщо таким людям вдасться домовитися з тими, хто від них відрізняється, хто їх доповнює. Крім того, в гомогенних групах з плином часу люди схильні розвивати відсутні характеристики, однак при цьому їм доводиться змінити особисті установки і схильності, відійти від свого психотипу, улюблених командних ролей, на відміну від гетерогенної групи, де індивід може «бути собою» і приносити від цього користь. Таким чином, необхідно визначити схильності учасників і побудувати команду, в якій взаємодоповнення усіма членами групи один одного дасть максимальну підсумкову ефективність.

Існує безліч методів підбору персоналу, водночас єдиної моделі підбору немає, оскільки кожне підприємство створює свої правила і критерії за якими, власне, і буде здійснюватися підбір персоналу. Менеджер з персоналу повинен ретельно визначити, якими саме з традиційних методів він буде користуватися у своїй роботі. Чи буде він працювати з одним або скомпонує кілька методів – залежить від мети добору. Цілі підбору на кожному підприємстві різні, але, як правило, вони складаються в наборі резерву кадрів підприємства на всі робочі місця, з врахуванням майбутніх кадрових або організаційних змін, впливу термінів контрактів, виходів на пенсію, звільнень, змін характеру діяльності підприємства.

Існують два види джерел набору персоналу: **внутрішні** – набір здійснюється всередині підприємства за рахунок його власних співробітників самої організації, **зовнішні** – набір здійснюється за межами підприємства за рахунок зовнішніх ресурсів.

Зовнішні джерела найбільш поширені, оскільки ресурси підприємства є обмеженими й при переведенні на вакантну посаду звільняється попереднє місце роботи працівника, який цю вакантну посаду обійняв. Умовно зовнішні джерела можна розділити на дорогі й дешеві. До дорогих відносяться кадрові агентства і публікації платних об'яв у засобах масової інформації (радіо, телебачення, друковані видання). До дешевих відносяться державні центри зайнятості населення, контакти з вищими навчальними закладами та ін.. Крім того, існують зовнішні джерела пошуку потенційних кандидатів, які можуть бути і зовсім безкоштовними для підприємства. Йдеться про інтернет-ресурси, в яких є всілякі безкоштовні сайти, на яких можна розмістити оголошення про запропоновану вакансію та розглянути

резюме потенційних кандидатів. Також підприємство може отримувати резюме від самих претендентів, які здійснюють самостійний пошук роботи без будь-яких посередників. Якщо підприємству потрібні висококваліфіковані фахівці, то, в умовах нинішнього безробіття, краще звернутися до дорогих джерел. Що стосується працівників, до яких не висувається вимог щодо високої кваліфікації, то підприємство може набрати персонал дешевшим способом.

Внутрішній пошук підбору персоналу, як правило, має на меті пошук підбір співробітників на вакантні посади менеджерів середньої та вищої ланки. Вільні місця з'являються як наслідок розширення або «руху» співробітників всередині підприємства. У цьому випадку керівники призначають на вільні посади вже працюючих на підприємстві людей. Перевагами такого методу є відсутність матеріальних витрат, сприяння зростанню лояльності до організації, кандидати не мають потреби в інтеграції в колектив. Недоліки – це обмежений вибір претендентів та відсутність можливості залучення «свіжих» ресурсів.

Також можна використати тикай метод, як допомога працівників (суміщення чи сумісництво). Його мета – підбір співробітників на рядові посади або набір некваліфікованого персоналу (робочих). Переваги методу – висока ступінь сумісності, мінуси – неможливість використання методу при прийнятті на роботу професійних кадрів внаслідок відсутності у працівників потрібного досвіду й навичок, а також, як правило, незнання специфіки вакансії.

Шосте питання розкриває сучасні уявлення про методи мотивації персоналу. Вітчизняна економічна наука пропонує поділяти методи управління персоналом на економічні, адміністративні та соціально-психологічні. Сучасні ефективні власники та керівники повинні вести за собою – бути лідерами і розуміти, що примушення та загрози можуть дати короткостроковий ефект, але вони не створюють довгострокової лояльності працівника до організації та виконуваної роботи. Тому одна з найважливіших змін сучасності полягає у переході від управління до лідерства і від маніпуляцій до мотивації. Вміння стимулювати співробітників – найважливіший навик управлінця. Адже це означає вміти спілкуватися, показувати особистий приклад, ставити складні завдання, делегувати, навчати і справедливо винагороджувати. Тому керівники-лідери мають створювати конкурентне оточення, до якого працівники будуть активно залучені. Це потребує від керівників інноваційних способів мотивації, таких як:

- забезпечення значущої та перспективної роботи. Якщо працівник відчуває, що його робота важлива, має сенс та розширює коло його звичної діяльності, він стає внутрішньо мотивованим;

- встановлення чітких цілей, очікувань і вимірювання продуктивності – адже незнання «правил гри» зменшує зацікавленість та мотивацію;

- надання постійного, прямого та підтримуючого зворотного зв'язку;

- проектування ролей працівників з урахуванням їх сильних сторін – виконуючи роботу, яка відповідає талантам та здібностям, працівник отримує відчуття ефективності та значущості своєї роботи, що внутрішньо його мотивує;

- дозвіл та наявність вибору працівниками шляхів виконання роботи. 95% працівників внутрішньо націлені на виконання роботи якнайкраще, але керівники хибно концентруються на тих 5%, що лишилися, через що посилюють обмеження та

ускладнюють правила. Це демотивує працівників «більшості» і обмежує їх у створенні їх власного способу високоефективного виконання роботи.

Мотивація – це емоційний стан і втратити його дуже легко, тому керівники мають постійно пам'ятати про це та підживлювати мотивацію співробітників, якщо вона починає знижуватися.

У сьомому питанні варто звернути увагу на особливості формування корпоративної культури, основними етапами якої є визначення місії організації, базових норм і цінностей, формування системи винагород та стимулів і правил поведінки. *Корпоративна культура* – це сукупність моделей поведінки в організації, це по суті система цінностей, правил, традицій, якої дотримується персонал. Вона формується з її розвитком і розділяється всіма членами колективу.

Складові елементи корпоративної культури:

Організаційні:

- система лідерства;
- норми поведінки;
- формування робочого процесу;
- способи вирішення конфліктів;
- система комунікацій;
- корпоративний стиль.

Сюди входять ситуації, з якими персонал стикається кожен день. В який час приходити і залишати робоче місце, чи є право відлучатися з робочого місця, як одягатися, як спілкуватися з колегами. Якщо ці правила для співробітника неприйнятні або стомлюючі, працювати він не зможе.

Ідейні:

- традиції;
- особистісні цінності;
- цінності компанії;
- вектор розвитку.

Наприклад, філософія установи передбачає здоровий спосіб життя, а новий співробітник не любить спорт. Йому і колективу некомфортно один з одним – у них різні цінності.

На процес формування корпоративної культури впливають потреби й інтереси працівників, їх професійні, політичні погляди, моральні цінності тощо. Також важливим аспектом є психологія роботи з підлеглими та стимулювання їхньої активності, на що потрібно звернути увагу при підготовці.

Завдання.

1. Підготуватися до вправи для семінарського заняття «Форми мотивації працівників».

2. Ознайомитися із системою тренінгових занять для формування конкурентоздатної команди.

План самостійної роботи здобувачів вищої освіти:

1. Важливість досліджень з психології управління для успішної організації бізнес-діяльності.

2. Персонал-технології в психології бізнесу.

3. Психологія підбору персоналу.

Перелік питань для самоконтролю:

1. Яка роль команди в успіху бізнес-діяльності?
2. Які існують основні управлінські функції психології бізнесу?
3. Які існують методи підбору персоналу?
4. Яким чином може відбуватися мотивація персоналу?

Перелік тестових питань:

1. *Управління – це...*

а) сукупність закономірностей розвитку та динаміки керівництва;

б) *сукупність системи скоординованих заходів, спрямованих на досягнення значимих цілей організації;*

в) сукупність закономірностей розвитку виробничого колективу;

г) сукупність наказів керівника.

2. *Психологію управління можна визначити як науку, яка:*

а) *вивчає психологічні аспекти управління системою, які охоплюють людину;*

б) *вивчає психологічне забезпечення вирішення проблем організацій;*

в) *вивчає управлінські функції;*

г) *вивчає організаційні функції.*

3. *У контексті стилю управління у процесі професійної діяльності підприємця виділяють два вектори:*

а) орієнтація на завдання й орієнтація на комфорт;

б) орієнтація на комфорт й орієнтація на завдання;

в) орієнтація на відносини у команді й орієнтація на комфорт;

г) орієнтація на завдання й орієнтація на відносини у команді.

4. *До чого веде психологія експлуатації співробітників, заниження рівня зарплат та інших виплат?*

а) власники підприємств і закупівельних організацій отримують більші доходи без шкоди бізнесу у короткостроковій перспективі;

б) малооплачувані працівники не дотримуються трудової та виробничої дисципліни, не зацікавлені в результатах праці;

в) співробітники з низькою оплатою праці прагнуть підробити на стороні, скорочуючи час відпочинку та підривають своє здоров'я;

г) *все перераховане правильно.*

5. *Термін «командоутворення», який часто використовується в контексті бізнесу, означає:*

а) аутплейсмент;

б) рекрутинг;

в) *тімблдинг;*

г) блдінг.

6. *Теорія мотивації Х (Д. Макгрегора) базується на припущенні:*

а) всі працівники ліниві та не бажають працювати;

б) ставлення працівників до роботи залежить від матеріальних стимулів;

в) працівники, характеризуються бажанням самовдосконалюватися та внутрішньою мотивацією до праці;

г) *основою мотивації робітників в організації є принцип «кнути та пряника».*

7. *Планування – це...*

а) вид управлінської діяльності, що визначає господарські завдання організації;

- б) вид управлінської діяльності, що визначає засоби досягнення завдань;
- в) вид управлінської діяльності, що визначає трудові та фінансові ресурси досягнення завдань;

г) вид управлінської діяльності, що визначає перспективу та майбутній стан організації.

8. Процес контролю складається з чотирьох взаємопов'язаних етапів:

а) встановлення цілей, проведення спостереження і вимір фактичних результатів, порівняння фактичних результатів із запланованими, корекція;

б) встановлення цілей, проведення спостереження, вимір фактичних результатів, корекція;

в) встановлення цілей, отримання результатів, вимір фактичних результатів, корекція;

г) встановлення цілей, спостереження, фактична діяльність, фактичні результати.

9. Корпоративна культура – це...

а) загальна культура, яка домінує серед працівників бізнес-організації;

б) ієрархія цінностей, що домінують серед працівників;

в) сукупність способів їх імплементації, що є переважними на певному етапі розвитку організації;

г) специфічна форма існування складної системи, компонентами якої є ієрархія цінностей, що домінують серед працівників, а також сукупність способів їх імплементації, що є переважними на певному етапі розвитку організації.

10. Для кандидатів при формуванні управлінських команд можна виділити такі ключові групи навичок і умінь:

а) навички системного мислення, комунікативні навички, лідерські здібності кандидатів, організаторські здібності;

б) навички системного мислення і володіння ситуаційним аналізом, комунікативні навички, лідерські здібності кандидатів;

в) комунікативні та організаторські;

г) організаторські та лідерські здібності.

Рекомендована література:

Основна: 1, 3, 4

Допоміжна: 7, 9, 10, 12, 13

Інтернет-ресурси: 14, 15, 16, 17, 18

Тема 6. Психологічні основи успішних продажів

Короткий опис до теми. Складові елементи процесу продажів. Три складові уявлення себе продавцем. консультантом, компетентність продавця-консультанта. Зовнішні ознаки впевненості продавця, консультанта. Основні етапи продажів товарів та послуг. Вияв потреб клієнтів. Презентація. Робота із запереченнями. Найбільш розповсюджені типи заперечень клієнтів. Алгоритм роботи із запереченнями. Способи завершення продажу. Системні процеси, які впливають на рівень продажів. Товарний, інформаційний та людський ланцюг у процесі продажів. Сутність реклами в бізнесі. Основи психології реклами.

Ключові терміни та поняття: комунікація, конкурентний ринок, суб'єкт ринку, споживачі, ринок послуг, комплекс маркетингових комунікацій, послуги, позитивний імідж, продажі, традиційні продажі, сучасні продажі, реклама.

План індивідуально-консультативної роботи:

1. Соціальні ролі в бізнесі.
2. Психологічні основи діяльності людини в бізнесі.
3. Соціальна психологія бізнесу.
4. Психологія прийняття рішень.

План самостійної роботи здобувачів вищої освіти:

1. Моделі психіки людини та їх використання при створенні реклами.
2. Особливості впливу реклами на споживача.
3. Можливі стратегії при роботі із запереченнями клієнтів.
4. Системний підхід до процесу продажів.

Перелік питань для самоконтролю:

1. Які основні етапи процесу продажів?
2. Як виявити потреби клієнтів (як центральна ланка продажів)?
3. Які існують різновиди презентацій товарів та послуг?
4. Яка сутність психології реклами та яка її роль у бізнес-діяльності?

Перелік тестових питань:

1. *Комунікація – це ...*

а) сукупність стійких мотивів і переконань під час спілкування, які мають для людини важливе значення;

б) сукупність підготовки заходів до спілкування, спрямованих на досягнення значимих цілей для людини;

в) *форма спілкування, що базується на взаємному обмінні та передачі інформації, доброзичливості та взаєморозумінні людей, посадових осіб, компаньйонів у процесі співробітництва;*

г) навички спілкування і володіння ситуаційним аналізом, комунікативні навички, лідерські здібності.

2. *Мета комунікацій в сфері продажів:*

а) *формування попиту, стимулювання збуту, мотивація споживача, створення і актуалізація потреб, стимулювання здійснення покупки, скорегування іміджу фірми, умовляння;*

б) формування попиту, стимулювання збуту, мотивація споживача;

в) мотивація споживача, створення і актуалізація потреб, стимулювання здійснення покупки;

г) стимулювання здійснення покупки, скорегування іміджу фірми.

3. *Усі зв'язки й відносини із клієнтами, партнерами та замовниками повинні перебувати під контролем і управлінням – ...*

а) це ідеальний варіант ефективних комунікацій в бізнесі;

б) у цьому запорука успіху проектів;

в) це свідчить про ефективність та розвиток бізнес-організації в цілому;

г) усі відповіді вірні.

4. *У сучасній сфері продажів ...*

а) клієнт поставлений в жорсткі умови;

б) продавець поставлений в жорсткі умови і не має прав робити клієнта рівноправним партнером;

в) продавець орієнтований тільки на задоволення своїх потреб і фінансового прибутку;

г) продавець повинен працювати спільно з клієнтом (звідси й назва стилю «спільні продажі»), роблячи його рівноправним партнером у вирішенні його проблеми чи задоволення його потреб.

5. Маркетингові комунікації – це ...

а) засоби масової інформації, вибрані для трансляції рекламного повідомлення;

б) інформування про продукт, переконання, зміна схильності купити продукт;

в) сукупність підготовки заходів до спілкування, спрямованих на досягнення значимих цілей для людини;

г) форма спілкування, що базується на обмінні та передачі інформації.

6. Маркетингова стратегія значною мірою зосереджується на ...

а) когнітивному аспекті;

б) емоційному аспекті;

в) емоційно-вольовому аспекті;

г) комунікативному аспекті.

7. Результатом, продуктом бізнес-діяльності є ...

а) товар (або послуга), який повинен знайти свого споживача;

б) вагомий фінансовий прибуток;

в) ефективний бізнес-план;

г) сформована команда фахівців.

8. Без чого втрачається сенс бізнес-діяльності?

а) бізнес-плану;

б) вагомого фінансового прибутку;

в) збуту продукції;

г) професійного менеджера.

9. Вибір конкретного виду реклами залежить від ...

а) цілей рекламної кампанії;

б) завдань рекламної кампанії;

в) особливостей аудиторії;

г) цілей, завдань рекламної кампанії, особливостей аудиторії та інших факторів, які необхідно ретельно досліджувати.

10. До видів маркетингової комунікації відносяться:

а) реклама, стимулювання збуту;

б) прямий маркетинг;

в) зв'язки з громадськістю;

г) усе перелічене.

Рекомендована література:

Основна: 1, 2, 3, 5

Допоміжна: 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13

Інтернет-ресурси: 16, 17, 18

Тема 7. Психологічна допомога суб'єктам бізнесу

Короткий опис до теми. Тайм-менеджмент. Причини невивантаження часу. Критерії розділу справ відповідно з принципом В. Ларето. Стрес у бізнесі і стратегії його подолання. Діагностика професійної придатності та психологічних проблем особистості в бізнесі. Проблема професійної придатності до підприємницької діяльності. Діагностика професійної придатності. Психологічне консультування як вид психологічної допомоги суб'єктам бізнесу. Коучинг як вид психологічної допомоги. Раціональна психотерапія. Аутогенне тренування. Метод дисоціювання від стресу.

Ключові терміни та поняття: час, нестача часу, робочий час, використання часу, технології тайм-менеджменту, стрес, професійний стрес, стресор, методи зняття стресу.

План практичного заняття:

1. Значення тайм-менеджменту в діяльності бізнесмена.
2. Методи раціонального використання часу.
3. Основні причини стресів у бізнесменів.
4. «Побутові» способи нейтралізації стресів.
5. Психологічні методи зняття стресів.

Перше питання розкриває значення тайм-менеджменту в діяльності бізнесмена. Слід звернути увагу на те, що головне питання полягає в умінні організувати власний час так, щоб встигати більше, отримуючи з цього максимум віддачі і залишаючи достатню кількість вільного часу. Говорячи мовою сучасних термінів, все вирішує *тайм-менеджмент* – управління власним часом, використання власного життя з максимальною ефективністю. І мова йде не тільки про робочий час, а й про справи, що стосуються інших сфер життя.

Тайм-менеджмент, як практика управління власним часом, також має базові складові, які повинні працювати в комплексному вигляді. Такими є:

- ✓ планування і постановка цілей;
- ✓ розстановка пріоритетів і дедлайнів по кожній задачі;
- ✓ аналіз витрат часових ресурсів;
- ✓ складання списків;
- ✓ самоорганізація і делегування;
- ✓ виключення зайвих завдань.

Практика показує, що дана система працює не тільки в сфері бізнесу або для підвищення особистої ефективності, а й показує відмінні результати в побуті.

Друге питання розкриває методи раціонального використання часу в діяльності бізнесмена, а саме:

- впорядкування завдань;
- оцінка тривалості дій;
- резервування часу (у співвідношенні 60:40);
- прийняття рішень по пріоритетах і передоручення;
- контроль обліку виконаного.

У третьому питанні необхідно виділити основні причини стресів у бізнесменів. Варто звернути увагу (в залежності від конкретної ситуації) на особливості умов роботи, у якому ритмі відбувається професійна діяльність бізнесмена (це можуть бути часті нічні зміни, понаднормова робота, за яку

додатково фінансових надходжень не буде), відсутність колегіальності та порозуміння з іншими співробітниками в організації / підприємстві і т.ін.

Неочевидні причини виникнення стресу:

– втрата контролю над ситуацією. Контролюємо – значить можемо впливати на процес і міняти його під себе. Але не все так однозначно, тому що існує безліч факторів, впливати на які повною мірою людина не в силах. Від нас на 100% залежить тільки те, як ми ставимося до ситуації і що з цим робимо;

– неготовність прийняти ситуацію, зрозуміти та проаналізувати її повною мірою, і, як результат, – тривале перебування в стані невизначеності;

– «дії по-старому», коли світ і ситуація навколо змінюється. Настає момент, коли «по-старому» вже не працює, і як не бути в стресі, коли здається, що проти тебе весь світ.

Для бізнесу стрес – це також і показник життєздатності бізнес-моделі та команди. І будь-який лідер приймає на себе відповідальність не тільки за свою стресостійкість, а й за готовність компанії, команди переживати стрес.

Четверте питання окреслює «побутові» способи нейтралізації стресів. Один із основних способів – це релаксація або розслаблення – найпростіший спосіб зменшити ознаки стресу (високий тиск крові, прискорене дихання). Це і фізичні вправи і активна діяльність – біг, танці, їзда на велосипеді (фізичні вправи), плач, сміх (фізичні прояви) дуже важливі для підтримування здоров'я і зменшення стресу.

Найменування методу	Коротка характеристика методу
Планування	Із багатьма проблемами в особистому чи професійному житті можна впоратися за допомогою планування. Приділіть якийсь час з'ясуванню ваших особистих чи службових завдань. На роботі встановіть визначені години для планування діяльності наступного дня. Визначте, як ця діяльність співвідноситься з вашими особистими цілями й цілями всієї компанії
Фізичні вправи	Регулярні вправи дуже корисні для здоров'я людини, вони є гарним способом виходу негативної енергії, добре впливають на загальний фізичний стан
Дієта	Тривалий стрес може привести до виникнення дефіциту вітамінів, ослаблення організму, спричиняє занадто сильну сприйнятливості до хвороб. Крім того, під час стресу нормальний режим харчування порушується, тому важливим є дотримання правильної дієти, уживання в їжу більше овочів і фруктів зеленого кольору
Психотерапія	Проведення психологічного тестування, широке використання різноманітних технік, робота з фахівцями-професіоналами, що рекомендується зазвичай у випадку інтенсивної трудової діяльності
Психоаналіз	Форма психотерапії, коли досліджуються підсвідомі підстави ненормальної поведінки
Медитація та розслаблення	Заняття з фахівцем аутотренінгом, а також медитацією, у т. ч. трансцендентальною, йогою та ін.

Серед методів подолання:

- Виконуйте дихальні вправи.
- Знайдіть час для себе.
- Зробіть масаж голови та обличчя.
- Прийміть душ, ванну.
- Потренуйте пам'ять.

- Почитайте книгу.
- Порухайтесь.

Сон і правильне харчування – запорука відсутності стресу; особливо необхідні під час нервової напруги.

П'яте питання розкриває особливості та психологічні методи зняття стресів бізнесменів. Найтипівіші – це раціональні, нераціональні та емоційні методи.

Потрібно пам'ятати, що управління професійним стресом та синдромом «емоційного вигорання» – це можливість використання особистістю наявних важелів управління, не покладаючи їх на інших людей або обставини на основі розвитку здатності до особистісної саморегуляції в емоційно напружених умовах професійної діяльності.

Методи подолання стресів та «професійного вигорання»:

- оволодіння стратегією вибіркового сприймання, усвідомлення позитивних аспектів ситуації та зниження (не відкидання!) значущості неприємних аспектів;
- прагнення зробити своє життя святом, концентруючись на всьому гарному, позитивному, що є у житті, в т.ч. і в професійному, розвитку звички дякувати долі (радіти тому приємному, що маєш, навіть тому, чого ще не досяг), зміни звичного способу дій;
- використання гумору, як буфера між стресовою ситуацією та людиною;
- застосування різних технік медитації й автогенного тренування, а також фізичних вправ, які слід вибирати та використовувати із урахуванням індивідуально-психологічних особливостей людини.

Завдання.

1. Підготуватися до вправи для семінарського заняття «Тайм-менеджмент».
2. Підготуватися до вправи для семінарського заняття «Мої головні стресори».
3. Провести психодіагностику застосувавши методику «Опитувальник SACS – «Стратегії подолання стресових ситуацій» з подальшим обговоренням на семінарському занятті.

План самостійної роботи здобувачів вищої освіти:

1. Стрес в бізнесі стратегії його подолання.
2. Психологічне консультування як вид психологічної допомоги суб'єктам бізнесу.
3. Методи вивчення особистості бізнесмена.
4. Психологічні методи зняття стресів.

Перелік питань для самоконтролю:

1. Яка роль психолога в діяльності бізнес-організації?
2. Які існують поглиначі часу в діяльності бізнесмена?
3. Яка роль стресу в діяльності бізнесмена?
4. Як впливає стрес на підприємницьку активність бізнесмена?

Перелік тестових питань:

1. *Тайм-менеджмент – це ...*

- a) управління робочим часом та знаходження кращих часових проміжків в індивідуальній діяльності бізнесмена;
- б) можливість вибрати точний момент для того, щоб зробити щось для досягнення оптимального ефекту або результату;

в) сукупність методик оптимальної організації часу для виконання поточних задач, проєктів та календарних подій;

г) процес прослуховування важливої інформації в діяльності бізнесмена, знаходження фрагменту початкового та кінцевого часу.

2. За принципом Парето:

а) лише 20 % всієї діяльності призводить до 80 % бажаного результату;

б) лише 10 % всієї діяльності призводить до 90 % бажаного результату;

в) лише 30 % всієї діяльності призводить до 70 % бажаного результату;

г) це принцип 50 % до 50 %.

3. Групи причин нераціонального використання часу в своїй діяльності:

а) суб'єктивні та об'єктивні;

б) суб'єктивні, об'єктивні, об'єктивні причини через недоліки в роботі організації;

в) в залежності від ситуації та в залежності від часу;

г) це можуть бути тільки об'єктивні причини через недоліки в роботі організації.

4. Стрес – це ...

а) реакція організму на будь-яку ситуацію;

б) реакція організму під час спілкування з агресивною людиною;

в) неспецифічна реакція особистості у відповідь на вплив складної ситуації;

г) неспецифічна реакція організму й особистості у відповідь на вплив складної ситуації.

5. Які існують форми прояву стресів?

а) емоційні прояви та зміни фізіологічних процесів;

б) емоційні прояви, зміни фізіологічних процесів, зміни інтелектуальних процесів, зміни поведінкових реакцій;

в) емоційні прояви та зміни поведінкових реакцій;

г) емоційні прояви, зміни фізіологічних процесів, зміни інтелектуальних процесів.

6. У бізнесі використовується термін «професійне вигорання». Що це означає?

а) професійне вигорання – це відсутність інтересу до поточної роботи;

б) професійне вигорання – це сформована байдужість до роботи і клієнтів, втома від повсякденності;

в) професійне вигорання – це недовіра до керівництва та прихований саботаж робочих процесів;

г) професійне вигорання – це емоційна спустошеність, відсутність корисних бізнес-ідей.

7. Який із стресорів в принципі сприяє підвищенню ефективності діяльності бізнесмена?

а) чиновники, які вимагають з бізнесменів взятки;

б) бандити, які посягають на майно та гроші;

в) конкуренти, які збивають ціни і переманюють його клієнтів;

г) власні співробітники, які порушують трудову дисципліну.

8. Яка причина підприємницького стресу відноситься до групи міжособистісних суб'єктивних?

- а) інформаційні перенавантаження;
- б) незручні меблі;
- в) конкуренти;
- г) дефолт.

9. Яка причина підприємницького стресу відноситься до групи об'єктивних?

- а) некомпетентність підлеглих;
- б) визнання фірми банкрутом;
- в) пасивність або надлишкова ініціативність працівників;
- г) претензії клієнтів.

10. До якої групи методів, направлених на зняття стресу відноситься аутотренінг?

- а) фізичних;
- б) фізіологічних;
- в) біохімічних;
- г) психологічних.

Рекомендована література:

Основна: 1, 3, 4

Допоміжна: 7, 9, 10, 11

Інтернет-ресурси: 17, 18

Тема 8. Психологічна культура та етика бізнесу

Короткий опис до теми: Поняття «культура підприємництва». Основні елементи культури бізнесу. Цінності бізнесу. Правила і норми бізнес-поведінки. Реальна поведінка під час бізнес-операцій. Принципи культури бізнес-діяльності. Елементи ділового етикету. Одяг для бізнесу. Ознаки хорошого тону. Гендерні відмінності в бізнесі. Позитивні та негативні фактори жіночої бізнес-діяльності. Національно-психологічні особливості ведення бізнесу в різних країнах: США, Великобританія, Франція, Германія, Китай, Японія.

Ключові терміни та поняття: культура, етика, професійна етика, культура, бізнес, культура поведінки, бізнес-культура, культура управлінської діяльності, етика бізнесу, діловий етикет, гендер, гендерні відмінності, організаційна поведінка.

План практичного заняття:

1. Культура та етика підприємництва.
2. Основи ділового етикету.
3. Гендерні відмінності у бізнес-діяльності.
4. Національно-психологічні особливості ведення бізнесу в різних країнах.

У першому питанні варто розкрити поняття *культури підприємницької діяльності*, яка є сукупністю прогресивних гуманістичних матеріально-духовних досягнень в управлінні виробничими процесами та економічними відносинами між людьми. ажливу роль у функціонуванні підприємства, фірми відіграє культура підприємництва. Вона не тільки забезпечує високий престиж підприємству, й сприяє підвищенню ефективності виробництва, поліпшенню якості продукції і послуг, а отже, й збільшенню прибутків. У загальному розумінні поняття «культура» означає певну сукупність матеріальних і духовних цінностей, які виробляє людство в історичному процесі свого розвитку. Водночас культура продукує способи

створення цих цінностей, засоби їх застосування і передачі. Тим самим вона виступає найважливішим критерієм оцінювання окремої особистості. Саме культура визначає спрямованість суспільної, в тому числі економічної, поведінки підприємця, змушує його дотримуватися етикету ділової людини. По суті, культура підприємництва визначає спосіб спілкування бізнесмена зі своїми клієнтами, партнерами, підлеглими та іншими особами в процесі здійснення власної справи. Культура підприємця відображає відповідну сукупність правил, вимог, знань та вміння поводитися у світі бізнесу.

Також потрібно звернути увагу на те, що процвітаючі фірми мають високу культуру й особливий стиль поведінки. *Етика підприємництва* – ділова етика, що ґрунтується на відкритості, чесності, дотриманні слова, повазі до законів, вмінні провадити бізнес, повазі до працівників (їх інтересів, мети, цінностей, особистості тощо). Існує міжнародна організація, яка встановлює стандарти ділової етики, етики підприємництва. Ділова етика – це система загальних етичних норм і правил поведінки суб'єктів підприємницької діяльності, їх спілкування і взаємодії. Вона виявляється як на мікрорівні – це моральні відносини в організаціях, так і на макрорівні – це моральні відносини між суб'єктами господарської діяльності. Ділова етика регулює відносини підприємця, менеджера зі своїми партнерами, конкурентами, клієнтами, працівниками, державою тощо.

У другому питанні розглядаються основи ділового етикету. *Етика ділового спілкування* – це нова навчальна дисципліна, становленню і розвитку якої сприяли різні галузі науки (етика, психологія, філософія, соціологія) та практики (управління, менеджмент, маркетинг тощо). Проте найсуттєвіший вплив на неї, звичайно, справили етика і психологія – науки, що займаються людинознавством і вивчають одну і ту ж природу людської поведінки (але під різними кутами зору) і чинники, що впливають на життєдіяльність людей та їхню взаємодію.

Етика – наука про мораль, її розвиток, принципи, норми і роль у суспільстві, іншими словами про правильне (і неправильне) у поведінці. Отже, треба розрізняти етику як науку, а мораль як реальне явище, яке вона вивчає. Мораль є формою суспільної свідомості, спрямованою на ствердження самоцінності людини, її прав на гідне і щасливе життя.

Під час ділового спілкування легше встановлюється контакт між людьми, якщо вони говорять «однією мовою» і прагнуть до продуктивного співробітництва. Велике значення має моральний аспект ділового спілкування. У професійній діяльності люди намагаються досягти не лише загальних, а й особисто значущих цілей. Етика ділового спілкування базується на таких правилах і нормах поведінки партнерів, які сприяють розвитку співпраці. Передусім йдеться про зміцнення взаємодовіри, постійне інформування партнера щодо своїх намірів і дій, запобігання обману та невиконанню взятих зобов'язань. У деяких зарубіжних корпораціях і фірмах навіть розроблено кодекси честі для службовців. Доведено, що бізнес, який має моральну основу, є вигіднішим і прогресивнішим.

Третє питання висвітлює гендерні відмінності у бізнес-діяльності. Так, у підприємстві спостерігаються такі особливості – чим менш масштабний бізнес, тим у жінок більша можливість його очолити: жінки очолюють 26% малих підприємств, 15% середніх, 12% великих. Проблема гендерного розриву в оплаті праці (жінки, в середньому, отримують на 30% менше, ніж чоловіки). У сфері

самозайнятості застосування принципу рівного ставлення означає, що не повинно бути жодної дискримінації за ознакою статі, наприклад, у зв'язку зі створенням, обладнанням або розширенням бізнесу або початком чи розширенням будь-якої іншої форми samozайнятості.

Четверте питання передбачає розгляд національно-психологічних особливостей ведення бізнесу в різних країнах. Потрібно зазначити, що розширення культурних контактів, запозичення культурних цінностей та міграція людей з однієї культури в іншу суттєво впливають на культуру ділових стосунків. З одного боку, розвиток сфери освітньої комунікації приводить до того, що китаєць чи японець, отримавши освіту у Франції, сприймають особливості французької поведінки. А з іншого, взаємопроникнення національних стилів формує відповідні загальні традиції, нормативи в сфері ділової культури. Тому, розглядаючи питання особливостей ділових стосунків в різних країнах світу, потрібно абсолютизувати вплив національних стилів на процес, наприклад, ведення переговорів. Але, незважаючи на процеси глобалізації, питання вивчення і врахування в діловій сфері національних особливостей залишається важливим аспектом етики ділових стосунків.

Кожний народ має свою національну культуру, її неповторність та оригінальність виявляються як в духовній, так і в матеріальній сферах життя та діяльності. Культурні, психологічні, національні особливості народу не можуть не позначатись на його діловій культурі, не можуть не впливати на культуру спілкування та взаємодії. Відмінності культур можуть бути досить істотними і стосуватися мови, правил етикету, стереотипів поведінки, використання певних засобів спілкування. *Взаємодія з іноземними партнерами* – це завжди зіткнення різних національних культур. Саме через неусвідомлення цього при контактах представників різних країн відбуваються непорозуміння, а іноді й конфлікти. На стадії реалізації контактів виявляються певні національні особливості, притаманні окремим народам. Ці особливості слід враховувати, готуючись до будь-яких переговорів з іноземцями, і відповідним чином коригувати свої дії.

США. Поведінка американців в бізнесі визначають риси їх нації, система освіти і лідерство в цілому. До таких рис відноситься самостійність, незалежність, бажання конкурувати і жага перемоги. Ці якості прищеплюють американцям ще з дитинства. Успіх в Америці вимірюють кількістю зароблених грошей. Американська активність, наполегливість, владолюбство не завжди позитивно сприймається людьми інших націй. Всі ці якості енергійні американці виявляють під час ділових переговорів – вони наполегливо стоять на своєму і ні за що не міняють своєї позиції. Стиль спілкування при переговорах у американців виключно професійний, але тим не менше вони часто виявляють агресивність і грубість. Що стосується пунктуальності – тут американцям немає рівних, адже вони складають розклад на кожен день, якого суворо дотримуються. Ще одна з відмінних рис ділових американців - пряmlinійність і прагматизм, в бізнесі відразу переходять до справи, не терплять формальностей.

Німеччина. Всім відомо, що німцям властива педантичність, пунктуальність, раціональність, ощадливість. Під час ділового знайомства німці стримано тиснуть один одному руку і обмінюються візитками. Під час цього не залишайте руку в кишені – німець вважатиме, що ви його не поважаєте. Німці вельми організовані, в

бізнесі люблять обговорювати всі питання послідовно, чітко опрацьовуючи кожен момент. Під час укладання будь-яких угод, німці суворо дотримуються виконання всіх зобов'язань і цього ж вимагають від інших. Партнерів по бізнесу рідко кличуть до себе додому – але якщо це сталося, обов'язково подаруйте квіти господині будинку. Також не варто захоплюватися світськими бесідами в бізнесі, німці цього не визнають.

Японія. Японці, мабуть, сама самобутня нація з усіх існуючих. Спілкування з ними складно вже тільки через те, що необхідно брати до уваги всі тонкощі японського національного характеру. Для японців характерна дисциплінованість, почуття обов'язку, стійке самовладання. Японці акуратні у всьому і ввічливі. Одним зі своїх головних достоїнств вони вважають прихильність традиціям і відданість авторитету. Японці вірні групі, нації, державі. Вони судять про людей відповідно до їх приналежності до певної групи. Створити діловий контакт з японцями за допомогою листування або телефонної розмови дуже непросто – вони воліють тільки особисте спілкування і більшість ведуть свої справи японською мовою, тому буде необхідний перекладач. Представники Японії вельми обачні і рідко вступають у ділові відносини, якщо не знають партнера. Звернення з візитками – окремий момент ведення бізнесу. Некультурно тримати їх в кишенях брюк, тим більше в задніх. Краще користуватися візитниці. Шанобливо варто звертатися з візитними картками, які ви отримали від японців.

Франція. Французи люблять обговорювати справи за трапезою. Діловий обід може зайняти годину-дві, а вечеря – і весь вечір. Пунктуальність французам не характерна, тому запізнитися на 15-20 хвилин для них в порядку речей. Французькі рукостискання дуже різноманітні – вони можуть бути ввічливими, недбалими, холодними, гарячими і т.д. Французи великі патріоти, і якщо під час переговорів ви будете використовувати французьку мову, вони це дуже оцінять.

Мусульманські країни. У цих країнах існують свої принципи і звичаї, іноді не зрозумілі представникам інших країн. П'ять разів на день мусульмани відкладають будь-які свої справи, щоб зробити намаз – молитву. Під час бесіди араби завжди стоять на близькій відстані один від одного, тому не відходьте назад, вони це сприймуть як неповага. Незадовго до переговорів в арабських країнах подають їжу, якщо відмовтеся, це теж буде розцінено як погане ставлення до них. Араби любителі попередньо опрацювати деталі предмета обговорення перед безпосереднім початком переговорів.

Завдання.

1. Есе на тему «Психологічні особливості забезпечення бізнес-діяльності».
2. Підготуватися до вправи для семінарського заняття «Культура та етика бізнесмена».
3. Підготуватися до ділової гри для семінарського заняття «Чоловік та жінка в бізнесі».
4. Підготуватися до ділової гри для семінарського заняття «Міжнародні переговори».

План самостійної роботи здобувачів вищої освіти:

1. Професійна етика бізнесу і психологія.
2. Культурні аспекти бізнесу.
3. Гендерні стереотипи у підприємстві.

Перелік питань для самоконтролю:

1. Що лежить в основі можливих упереджень до бізнес-діяльності жінки?
2. Як гендерні стереотипи можуть впливати на успішність бізнесу?
3. Які основні аспекти психологічної культури в бізнес-діяльності?
4. Що таке етика бізнесу?

Перелік тестових питань:

1. Бізнес-культура – це...

- а) сукупність сформованих соціально-значущих якостей особистості, повсякденних вчинків людини в бізнес-діяльності та суспільстві;
- б) сукупність прогресивних матеріально-духовних досягнень в бізнес-діяльності;
- в) культура ведення бізнесу або культура бізнес-діяльності;
- г) культура ведення бізнесу або культура бізнес-діяльності, в основі якої закладені такі соціальні цінності, як рівність, справедливість, повага, злагода.

2. Етика бізнесу – це...

- а) складова етики ділових відносин, яка досліджує особливості функціонування і розвитку моралі у сфері підприємницької діяльності;
- б) складова етики ділових відносин, яка досліджує особливості функціонування і розвитку моралі у сфері підприємницької, комерційної діяльності і формулює для цієї сфери відповідні рекомендації;
- в) сукупність сформованих моральних якостей особистості, повсякденних вчинків людини в бізнес-діяльності;
- г) культура ведення бізнесу або культура бізнес-діяльності, в основі якої закладені соціальні цінності.

3. Сукупність прогресивних матеріально-духовних досягнень в управлінні та матеріально-виробничих процесів на підприємстві, коли культура втілюється в системі соціальних норм і цінностей, знань, світогляді, морально-етичних нормах діяльності, поведінці, свідомості, вмінні володіти собою – це...

- а) бізнес-культура;
- б) культура управлінської діяльності;
- в) етикет;
- г) культура.

4. Увага менеджерів до вивчення національних особливостей, міжкультурних відмінностей у тих країнах, де вони працюють, є...

- а) сприянням розумінню особливостей всередині організації та до інших організацій в інших країнах у рамках співпраці;
- б) сприянням розумінню субкультурних феноменів всередині організації та для аналізу проблем міжнаціонального та міжетнічного взаємодії у рамках співпраці;
- в) використовується для аналізу різних проблем;
- г) абсолютно зайвою в їх діяльності.

5. Національна культура багато в чому визначає ...

- а) поведінку працівників компанії та чинить серйозний вплив на організаційну культуру і модель управління в бізнес-організації;
- б) стиль діяльності керівника бізнес-організації;
- в) поведінку працівників компанії;
- г) модель управління в бізнес-організації.

б. Професійна етика – це...

- а) збірний образом, що об'єднує мистецтво, релігію, науку, традиції;
- б) сукупність сформованих моральних якостей особистості, повсякденних вчинків людини;
- в) сукупність моральних норм, які визначають ставлення людини до свого професійного обов'язку;
- г) сукупність взаємин між учасниками організації, які утворюють команду однодумців з метою отримання прибутку.

7. У контексті гендерних відмінностей у бізнес-діяльності слід розпізнавати гендерні стереотипи, які є ...

- а) різновидом соціальних стереотипів та безумовно мають свої особливості, являючи собою набір загальноприйнятих норм і суджень про становище жінок і чоловіків, норм їхньої поведінки, мотивів та потреб;
- б) нормою та судженнями про становище жінок в суспільстві;
- в) нормами і судженнями про роль та місце жінок під час здійснення бізнес-діяльності;
- г) різновидом соціальних стереотипів, які відрізняють мотиви жінок і чоловіків у бізнесі.

8. Який із факторів не є головним у процесі службового і професійного росту:

- а) швидке оволодіння новими способами навчання і самонавчання;
- б) висока адаптивність;
- в) стать;
- г) здатність до самоаналізу.

9. Параметрами, які дозволяють виявити культурні відмінності і подібності людей, є...

- а) релігія, мова;
- б) релігія, мова, ставлення до формальностей, соціальний та особистий простір, ставлення до природи, ставлення до використання часу, відносини між людьми;
- в) соціальний та особистий простір;
- г) ставлення до використання часу, відносини між людьми.

10. Невербальні комунікації...

- а) є важливим аспектом міжкультурної взаємодії;
- б) не важливі у рамках міжкультурної взаємодії;
- в) зайві у рамках міжкультурної взаємодії;
- г) ніяк не впливають на процес міжкультурної взаємодії.

Рекомендована література:

Основна: 2, 3, 5

Допоміжна: 6–13

Інтернет-ресурси: 13, 14, 15

2. ТЕМАТИКА ЗАВДАНЬ ДЛЯ ПОГЛИБЛЕНОГО ВИВЧЕННЯ КУРСУ

1. Розвиток мотивації команди.
2. Керівник-лідер: ефективність і розвиток.
3. Нарощування лідерського потенціалу підприємця і персоналу.
4. Особливості невербального спілкування.
5. Розвиток конкурентоздатності команди.
6. Переговори під час вирішення конфлікту.
7. Імідж організації та імідж керівника-підприємця.
8. Ефективність управлінських рішень успішного керівника-підприємця.
9. Психологічний вплив реклами на споживачів.
10. Діловий етикет керівника-підприємця.

3. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Основна:

1. Бутко М.П., Неживенко А.П., Пета Т.В. Економічна психологія. Навч. посібн. Київ : Центр учбової літератури, 2016. 232 с.
2. Гусева О.Ю., Легомінова С.В., Воскобоева О.В., Ромащенко О.С., Хлевицька Т.Б. Психологія підприємництва та бізнесу: навч. посібн. Київ : Державний університет телекомунікацій, 2019. 257 с.
3. Жигайло Н.І., Кохан М.О., Данилевич Н.М. Психологія бізнесу: навч. посібн. Львів : Видав. центр ЛНУ імені Івана Франка, 2018. 256 с.
4. Мілютіна К.Л., Трофімов А.Ю. Психологія сучасного бізнесу : навч. посібн. Київ : Видавництво Ліра-К, 2019. 168 с.
5. Підприємництво та бізнес-культура : підручн. / [Л.О. Лігоненко, Г.Л. Піратовський, І.В. Молоштан та ін.] ; за заг. ред. Л.О. Лігоненко ; М-во освіти і науки, молоді та спорту України, Київ. нац. торг.-екон. ун-т. Київ : КНТЕУ, 2011. 507 с.

Допоміжна:

6. Баранівський В.Ф., Терещенко Л.Ф. Психологія бізнесу (практикум) [Текст] [Текст] : навч. посіб. Київ : Інтерсервіс, 2010. 152 с.
7. Данчева О., Швалб Ю. Практична психологія в економіці та бізнесі: навч. посібн. Київ : Лібра, 1999. 270 с.
8. Жигайло Н. Психологія бізнесу, лідерства та комунікацій як перспективний науковий напрям в Україні та Європі. Вісник Львівського університету. Серія психологічні науки. 2018. Випуск 3. С. 103–108.
9. Карамушка Л.М. Психологія управління: навч. посібн. Київ : Міленіум, 2003. 344 с.
10. Кучеренко В.Р. Основи бізнесу. Практичний курс (збірник вправ, задач, тестів та ситуаційних завдань): навч. посіб. / за заг. ред. В.Р. Кучеренко [В.Р. Кучеренко, Н.В. Доброва, Я.П. Квач, М.М. Осіпова. Київ : Центр учбової літератури, 2010. 176 с.
11. Ложкін Г.В., Комаровська В.Л. Економічна психологія [Текст] [Текст] : навч. посіб. для студентів вищих навч. закладів. 3-тє вид., перероб. та доп. Київ : Професіонал, 2008. 457 с.
12. Пугачев В.П. Тесты, деловые игры, тренинги в управлении персоналом : учеб. для студентов вузов. Москва : Аспект Пресс, 2001. 285 с.
13. Romutkina L.V. Psychological mechanisms of personality's experiences in the process of making strategic life decision / Problems of Modern Psychology : Collection of research papers of KamianetsPodilskyi Ivan Ohienko National University, G.S. Kostiuk Institute of Psychology at the National Academy of Pedagogical Science of Ukraine / scientific editing by S.D. Maksymenko, L.A. Onufrieva. Issue 31. Kamianets-Podilskyi : Aksioma, 2016. P. 341-354 (INDEX COPERNICUS, GOOGLE SCOLAR, CEJSH)

Інтернет-ресурси:

14. Базаров Т. «Бизнес как практическая психология». Лекция. URL : <https://www.youtube.com/watch?v=QRywmfaFoYs>
15. Базаров Т. Парадоксы команд и психологические инструменты управления изменениями. Лекция. URL : <https://www.youtube.com/watch?v=FTlpGOn6Izw>

16. Базаров Т. Человеческое измерение организации в условиях кризиса и неопределенности. Лекция. URL : <https://www.youtube.com/watch?v=wECwNU-9o1o>

17. Пілецька Л.С. Психологія бізнесу: довідково-методичний посіб. Івано-Франківськ : Місто-НВ, 2007. 150 с. URL : http://www.dut.edu.ua/uploads/1_1759_23433496.pdf

18. Яновська С.Г. Психологічна структура підприємницької активності в малому бізнес: дисертація канд. психол. наук. URL : http://psychology-naes-ua.institute/files/pdf/dissertaciya_yanovskaya_1573382014.pdf