



Автономная некоммерческая профессиональная образовательная организация
«Многопрофильная Академия непрерывного образования»
АНПОО «МАНО»
Колледж

ПРИНЯТО

Решением Педагогического совета

АНПОО «МАНО»

Протокол № 01-01/16 от

01.06.2022 г.

УТВЕРЖДАЮ

Директор АНПОО «МАНО»



В.И. Гам

июня 20 22 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

по дисциплине

ОП.09 Этика и психология делового общения

Специальность 42.02.01 Реклама

Квалификация: Специалист по рекламе

Заочная форма обучения

Омск, 2022

Программа учебной дисциплины «Этика и психология делового общения» разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта (далее – ФГОС) по специальности среднего профессионального образования (далее СПО) 42.02.01 Реклама, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12 мая 2014 г. N 510.

Организация-разработчик: АНПОО «Многопрофильная Академия непрерывного образования».

Разработчик:
Ковальчук Оксана Геннадьевна, преподаватель.

СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	стр. 4
2. СТРУКТУРА И ПРИМЕРНОЕ СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	7
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	11
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	12
5. ЛИСТ ИЗМЕНЕНИЙ И ДОПОЛНЕНИЙ, ВНЕСЕННЫХ В РАБОЧУЮ ПРОГРАММУ	15

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Этика и психология делового общения

1.1. Область применения программы

Программа учебной дисциплины является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности СПО 42.02.01 Реклама.

1.2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы:

Дисциплина «Этика и психология делового общения» входит в профессиональный цикл и является общепрофессиональной дисциплиной.

1.3. Цели и задачи дисциплины – требования к результатам освоения дисциплины:

Цель дисциплины: овладеть различными формами делового общения, словом в официально-деловой обстановке в соответствии с речевой, логической, психологической и невербальной культурой, направленной на достижение конструктивного результата или договоренности.

Задачи курса:

- развивать научно-профессиональное мышление студентов;
- актуализировать умение вести себя в обществе;
- способствовать формированию обоснованной методологической позиции в области профессиональной и культурно-просветительской деятельности;
- содействовать развитию навыков ведения деловой беседы, деловых переговоров, служебного телефонного разговора, освоению невербальных средств общения для решения задач в профессиональной деятельности;
- способствовать профессиональному самообразованию и личностному развитию студентов.

В результате изучения дисциплины студент должен:

знать:

- основные понятия этики и психологии делового общения;
- основы делового общения;
- принципы и методы организации деловых коммуникаций.

уметь:

- применять понятийно-категориальный аппарат, основные законы гуманитарных и социальных наук в профессиональной деятельности;
- диагностировать этические проблемы в организации и применять основные модели принятия этических управленческих решений;

владеть:

- навыками выражения своих мыслей и мнения в межличностном и деловом общении с учетом требований делового общения;
- навыками деловых коммуникаций;
- методами формирования и поддержания этичного климата в организации.

ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

5.1. Специалист по рекламе (базовой подготовки) должен обладать общими компетенциями, включающими в себя способность:

ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.

ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.

ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.

ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.

ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.

ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.

ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.

ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.

ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.

ОК 10. Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.

ОК 11. Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке.

5.2. Специалист по рекламе (базовой подготовки) должен обладать профессиональными компетенциями, соответствующими видам деятельности:

5.2.1. Разработка и создание дизайна рекламной продукции.

ПК 1.4. Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений.

ПК 1.5. Создавать визуальные образы с рекламными функциями.

5.2.2. Производство рекламной продукции.

ПК 2.1. Выбирать и использовать инструмент, оборудование, основные изобразительные средства и материалы.

ПК 2.2. Создавать модели (макеты, сценарии) объекта с учетом выбранной технологии.

ПК 2.3. Исполнять оригиналы или отдельные элементы проекта в материале.

1.4. Рекомендуемое количество часов на освоение программы дисциплины:
максимальной учебной нагрузки обучающегося 96 часов, в том числе:
обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося **12** часов;
самостоятельной работы обучающегося **84** часа.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов
Максимальная учебная нагрузка (всего)	<i>96</i>
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	<i>12</i>
в том числе:	
лекции	<i>6</i>
практические занятия	<i>6</i>
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	<i>84</i>
<i>Итоговая аттестация в форме дифференцированного зачета</i>	

2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины «Этика и психология делового общения»

Раздел и тема	Содержание учебного материала	часы	Уровень усвоения
1. Предмет и значение этики как философской дисциплины. Основные направления в этике.	<p>Лекция 1. Этика как наука о культуре социально-нравственного поведения и общения. Взаимосвязи этики с другими науками. Предмет изучения этики. Объект изучения этики. Субъект изучения этики. Развитие этики.</p> <p>Самостоятельная работа. Религиозная и светская этика. Славянская этика. Традиционная этика. Современная этика.</p>	2 6	1,2
2. Моральные нормы и нравственные требования	<p>Самостоятельная работа. Мораль как специфическое явление в жизни человека и общества</p> <p>Особенности функционирования морали. Мораль как элемент культуры. Морально-нравственные ценности. Религиозно-конфессиональные функции морали. Применение понятийно-категориального аппарата, основные законы гуманитарных и социальных наук в профессиональной деятельности.</p>	10	2,3
3. Психология как наука. Психологическая структура личности	<p>Лекция.2 Предмет и задачи психологии. Отрасли психологии. Методы психологии. Личность и ее понимание. Структура личности. Типологическое мышление. Мотивационная сфера личности.</p> <p>Самостоятельная работа. Эмоциональная сфера личности. Волевая сфера личности. Способности и роли личности.</p>	2 6	1,2
4. Психологические процессы, учет их закономерностей	<p>Самостоятельная работа. Ролевое поведение личности. Рубинштейн С.Л., Ананьев Б.Г., Леонтьев А.Н. о принципе единства сознания и деятельности. Уровень притязаний личности. Поведение личности как объекта управления. Критерии оценки совместимости и срабатываемости. Способы психологической защиты.</p>	10	1,2

5. Психология делового общения и коммуникации	<p>Самостоятельная работа. Понятие мотивации и ее роли в управлении. Основания потребности в общении. Коммуникативные мотивы. Ответственность руководителя за мотивацию подчинённых. Понятия: социально ориентированного, группового предметно ориентированного, лично ориентированного поведения. Виды потребностей человека, иерархия потребностей.</p>	8	1,2
6. Профессиональная этика	<p>Самостоятельная работа. Понятие профессиональной этики, задачи профессиональной этики. Виды профессиональной этики, их особенности в рекламной сфере. Функции профессиональной этики. Типы этикета. Внешний вид и поведение работника рекламного агентства. Диагностика этических проблем в организации и применение основных моделей принятия этических управленческих решений.</p> <p>Связь с другими дисциплинами специальности.</p> <p>Анализ деловых ситуаций по составлению и оформления текстов рекламных объявлений.</p>	12	1,2
7. Правила поведения работников рекламного агентства	<p>Самостоятельная работа. Общие правила поведения при обслуживании. Манеры поведения. Правила обслуживания клиента при продаже рекламных услуг.</p> <p>Практическое занятие. Правила поведения работников рекламного агентства.</p> <p>Разработать инструкцию для работников рекламного агентства</p> <p>Создание модели (макеты, сценарии) объекта с учетом выбранной технологии. Исполнение оригинала или отдельных элементов проекта в материале.</p>	10 2	1,2,3

8. Имидж персонала рекламного агентства	<p>Самостоятельная работа. Влияние внешнего облика на культуру обслуживания клиентов. Деловая одежда в различных сферах. Манера поведения. Основные правила этикета работников рекламного агентства.</p> <p>Практическое занятие. Имидж персонала рекламного агентства Проектная деятельность: Создание визуального образа с рекламными функциями. Выбрать инструмент, оборудование, основные изобразительные средства и материалы</p>	10 2	1,2
9. Деловое общение	<p>Лекция 3. Типы общения в зависимости от целей: материальное, кондиционное, мотивационное, когнитивное, деятельностное. Типы общения в зависимости от средств: непосредственное, опосредованное, прямое, косвенное, вербальное, невербальное.</p>	2	1,2,3
10. Производственный конфликт. Способы и правила его разрешения	<p>Самостоятельная работа. Производственный конфликт. Способы и правила его разрешения Конфликт как отсутствие согласия между двумя и более сторонами (отдельными людьми или группой людей). Невозможность удовлетворения требований сторон при отсутствии согласия между ними. Составляющие конфликта: конфликтная ситуация, инцидент. Методы преодоления конфликта.</p>	12	1,2,3
Дифференцированный зачет		2	
Всего:		96	

Для характеристики уровня освоения учебного материала используются следующие обозначения:

1. – ознакомительный (узнавание ранее изученных объектов, свойств);
2. – репродуктивный (выполнение деятельности по образцу, инструкции или под руководством)
3. – продуктивный (планирование и самостоятельное выполнение деятельности, решение проблемных задач)

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация учебной дисциплины требует наличия кабинета по профилю дисциплины.

Оборудование учебного кабинета:

- мебель по количеству студентов,
- доска,
- наглядные пособия, дидактические средства.

Технические средства обучения:

- персональные компьютеры,
 - мультимедиа-проектор,
- программное обеспечение (Linux Mint, Apache OpenOffice, Kaspersky Anti-Virus (Пробная версия), Консультант Плюс).

3.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основные источники:

1. Собольников, В. В. Этика и психология делового общения : учебное пособие для среднего профессионального образования / В. В. Собольников, Н. А. Костенко ; под редакцией В. В. Собольникова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 202 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-06957-0.

Дополнительные источники:

1. Столяренко, Л. Д. Психология делового общения и управления [Текст]: учеб. пособие для студ. образоват. учреждений сред. проф. образования, обучающихся по спец. "Менеджмент", "Коммерция", "Делопроизводство и архивоведение", "Товароведение" / Л. Д. Столяренко. - 6-е изд. - Ростов н/Д.: Феникс, 2009.
2. Шеламова, Галина Михайловна Деловая культура и психология общения [Текст]: учеб. для студ. ссузов, обучающихся по спец. "Секретарь", "Парикмахер", "Портной", "Повар-кондитер", "Агент" / Г.М. Шеламова. - 9-е изд., перераб. - М.: Академия, 2009
3. Усов В.В «Деловой этикет» - учебник для СУЗов – М: Академия, 2010

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Контроль и оценка результатов освоения учебной дисциплины осуществляется преподавателем в процессе проведения практических занятий, тестирования, а также выполнения обучающимися индивидуальных заданий, проектов, исследований.

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
Уметь:	
применять понятийно-категориальный аппарат, основные законы гуманитарных и социальных наук в профессиональной деятельности	Самостоятельные работы по теме. Практическое занятие. Тесты
диагностировать этические проблемы в организации и применять основные модели принятия этических управленческих решений	Устный опрос по теме. Практическое занятие.
Знать:	
основные понятия этики и психологии делового общения	Устный опрос по теме. Практическое занятие. Тесты.
основы делового общения	Устный опрос по теме. Практическое занятие. Тесты
принципы и методы организации деловых коммуникаций	Устный опрос по теме. Практическое занятие.

Вопросы к итоговому контролю

1. Этика как наука о культуре социально-нравственного поведения и общения.
2. Взаимосвязи этики с другими науками.
3. Предмет изучения этики.
4. Объект изучения этики.
5. Субъект изучения этики.
6. Развитие этики.
7. Религиозная и светская этика.
8. Функции этики.
9. Этика и мораль Древнего Китая.
10. Этика в Древней Индии.
11. Особенности этико-философских учений древнегреческих ученых.
12. Феодально-крепостническая мораль.
13. Этика Нового времени.
14. Славянская этика.
15. Традиционная этика.
16. Современная этика.
17. Черты российского этоса.
18. Особенности функционирования морали.
19. Мораль как элемент культуры.
20. Морально-нравственные ценности.
21. Религиозно-конфессиональные функции морали.
22. Гуманизм и ненасилие как категорический моральный запрет.
23. Парадоксы моральной оценки.
24. Нравственное воспитание и самовоспитание личности.
25. Структура морального сознания.
26. Предмет и задачи психологии.
27. Отрасли психологии.
28. Методы психологии.
29. Личность и ее понимание.
30. Структура личности.
31. Типологическое мышление.
32. Мотивационная сфера личности.
33. Эмоциональная сфера личности.
34. Волевая сфера личности.
35. Способности и роли личности.
36. Критерии оценки совместимости и срабатываемости.
37. Способы психологической защиты.
38. Виды поведения человека в процессе профессиональной деятельности.
39. Предмет профессиональной деятельности, предмет общения.
40. Понятие мотивации и ее роли в управлении.
41. Основания потребности в общении.
42. Коммуникативные мотивы.

43. Ответственность руководителя за мотивацию подчинённых.
44. Понятия: социально ориентированного, группового предметно ориентированного, личностно ориентированного поведения.
45. Виды потребностей человека, иерархия потребностей.
46. Понятие профессиональной этики,
47. Задачи профессиональной этики.
48. Виды профессиональной этики, их особенности в сфере туризма.
49. Функции профессиональной этики.
50. Типы этикета.
51. Правила поведения при обслуживании.
52. Манеры поведения.
53. Правила обслуживания клиента при продаже туристского продукта.
54. Правила обслуживания клиентов в гостиницах.
55. Манера поведения.
56. Основные правила этикета в различных сферах индустрии туризма.
57. Понятие общения.
58. Виды потребностей в общении.
59. Понятие делового общения, его особенности и основная задача.
60. Понятие контакта.
61. Отличие общения от коммуникации.
62. Типы общения: материальное, кондиционное, мотивационное, когнитивное, деятельностьное.
63. Типы общения: непосредственное, опосредованное, прямое, косвенное, вербальное, невербальное.
64. Конфликт как отсутствие согласия между двумя и более сторонами.
65. Составляющие конфликта: конфликтная ситуация, инцидент.
66. Методы преодоления конфликта.
67. Понятийно-категориальный аппарат, основные законы гуманитарных и социальных наук в профессиональной деятельности.
68. Процесс обслуживания расчетных операции с использованием различных видов платежных карт.
69. Диагностика этических проблем в организации и применение основных моделей принятия этических управленческих решений.
70. Оценка кредитоспособности клиента.
71. Оформление и выдача кредита.
72. Осуществление сопровождения выданных кредитов.

5. ЛИСТ ИЗМЕНЕНИЙ И ДОПОЛНЕНИЙ, ВНЕСЕННЫХ В РАБОЧУЮ ПРОГРАММУ

№ изменения, дата изменения; № страницы с изменением	
БЫЛО	СТАЛО
Основание:	
Подпись лица внесшего изменения	