

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ПРИКАРПАТСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ВАСИЛЯ СТЕФАНІКА**

**Факультет туризму
Кафедра іноземних мов і країнознавства**



АПЕЛЬТ Г.В.

ПСИХОЛОГІЯ БІЗНЕСУ

Навчально-методичний посібник



**Івано-Франківськ
2022**

УДК 159.923:005.95/.96:339.178.4(075.8)

Б 24

Рекомендовано до друку Вченою Радою Факультету туризму Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника.

Рецензенти:

Шикеринець В. В., кандидат наук з державного управління, доцент кафедри управління соціокультурною діяльністю, шоу-бізнесу та івентменеджменту Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника.

Жумбей М. М., кандидат педагогічних наук, доцент кафедри іноземних мов і країнознавства Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника.

Апельт Г.В. Психологія бізнесу: Навчально-методичний посібник. Івано-Франківськ: Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника, 2022. 33 с.

У навчально–методичному посібнику викладено навчальний матеріал: тестові й індивідуальні завдання, питання для самостійної підготовки студентів, список рекомендованої літератури з дисципліни Психологія бізнесу. Згідно з навчальними програмами, програмовий матеріал послідовно розкриває об’єкт-предметну сутність навчальної дисципліни, дає уяву про минуле та сучасний стан історії соціокультурної діяльності.

Для студентів вищих навчальних закладів, які готуються працювати менеджерами соціокультурної діяльності, викладачів вузів, а також фахівців, що займаються історією соціокультурної діяльності.

ЗМІСТ

| | |
|---|----|
| ПЕРЕДМОВА | 4 |
| СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ | 5 |
| МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ ДО ОПРАЦЮВАННЯ ЛЕКЦІЙНОГО МАТЕРІАЛУ | 14 |
| ПЛАНІ СЕМІНАРСЬКИХ (ПРАКТИЧНИХ) ЗАНЯТЬ | 16 |
| ПИТАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ СТУДЕНТІВ | 19 |
| ТЕМАТИКА ІНДИВІДУАЛЬНИХ ЗАВДАНЬ СТУДЕНТІВ | 20 |
| ПРОГРАМОВІ ВИМОГИ З НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ | 21 |
| ТЕСТОВІ ЗАВДАННЯ | 23 |
| РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА | 29 |
| СЛОВНИК ТЕРМІНІВ | 30 |

ПЕРЕДМОВА

Сучасний бізнес неможливо уявити без урахування психологічних аспектів. Уміння керувати емоціями, розуміти поведінку клієнтів, мотивувати персонал і вибудовувати ефективну комунікацію є ключовими навичками успішного підприємця та керівника. Саме ці аспекти вивчає психологія бізнесу – дисципліна, що інтегрує знання з психології та управління для досягнення стратегічних цілей організації.

Навчально-методичний посібник «Психологія бізнесу» розроблений з метою допомогти студентам, підприємцям і фахівцям у сфері бізнесу оволодіти фундаментальними знаннями та практичними навичками застосування психологічних інструментів у професійній діяльності. Посібник містить теоретичний матеріал, приклади з реального бізнес-середовища, а також практичні завдання, які сприяють засвоєнню та закріпленню знань.

Особлива увага приділяється таким важливим темам, як психологія прийняття рішень, управління конфліктами, корпоративна культура, формування лояльності клієнтів і розвиток лідерських якостей. Матеріал структуровано таким чином, щоб забезпечити поступове поглиблення розуміння ключових концепцій і сприяти їх ефективному застосуванню в бізнес-практиці.

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ПРИКАРПАТСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ
ВАСИЛЯ СТЕФАНІКА**



Факультет туризму

Кафедра іноземних мов і країнознавства

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Психологія бізнесу

Рівень вищої освіти – бакалавр

Освітньо-професійна програма «Менеджмент соціокультурної діяльності»

Спеціальність 028 «Менеджмент соціокультурної діяльності»

Галузь знань 02 «Культура і мистецтво»

Затверджено на
засіданні кафедри
Протокол №1
від 29.08.2022 р.

м. Івано-Франківськ – 2022

ЗМІСТ

1. Загальна інформація
2. Опис дисципліни
3. Структура курсу
4. Система оцінювання курсу
5. Оцінювання відповідно до графіку навчального процесу
6. Ресурсне забезпечення
7. Корисна інформація
8. Політика навчальної дисципліни

| 1. Загальна інформація | |
|---|---|
| Назва дисципліни | Психологія бізнесу |
| Освітньо-професійна програма | Менеджмент соціокультурної діяльності |
| Спеціалізація | - |
| Спеціальність | 028 «Менеджмент соціокультурної діяльності» |
| Галузь знань | 02 «Культура і мистецтво» |
| Освітній рівень | Бакалавр |
| Статус дисципліни | вибіркова |
| Курс/семестр | 2/4 |
| Розподіл за видами занять та годинами навчання | Лекції – 20 Семінарські заняття – 40 Самостійна робота – 120 |
| Мова викладання | Українська |
| Посилання на сайт дистанційного навчання | http://www.d-learn.pu.if.ua |

| 2. Опис дисципліни |
|--|
| <p>Психологія бізнесу, яка стрімко розвивається з 90-х років ХХ століття, є однією актуальних і перспективних наук. Як галузь наукового знання вона інтегрує в собі надбання як психологічних, так і економічних дисциплін.</p> <p>Кожна людина може знайти в ній задоволення своїх інтересів, досягнути життєво важливих цілей, отримати значущі результати та реалізацію своєї власної активності. Це означає також і те, що економіці і бізнесу як діяльності можна й потрібно навчатися.</p> <p>Завдання психології – навчити людину правильно побачити себе та своє місце в світі і допомогти їй діяти відповідно до законів діяльності, які вже постали і визначають особистісну ефективність. Бізнес – це особлива діяльність людини, зі своєю структурою та логікою, яка передбачає наявність специфічних мотивів і ціннісних установок, спеціальних знань та навичок, підприємницького мислення і, звичайно ж, особистісних здібностей.</p> <p>Метою курсу “Психологія бізнесу” є формування знань про психологічні особливості особистості бізнесмена та механізми розвитку і функціонування підприємницької організації.</p> <p>Предметом дисципліни є підприємництво як особлива форма життєдіяльності економічних суб’єктів.</p> <p>Завдання курсу:</p> <ul style="list-style-type: none"> – оволодіння категоріальним апаратом психології бізнесу в туризмі; – вивчення індивідуально-особистісного потенціалу суб’єктів підприємницької діяльності, їх здібностей та нахилів; – врахування ціннісно-мотиваційних спонукань особистості до підприємництва, його потреб та запитів; – забезпечення психологічної підтримки підприємницьких груп, включаючи розробку комплексу заходів з професійної підготовки та перепідготовки підприємницьких кадрів; – дослідження механізмів формування лідерства в бізнесі, принципів керівництва підприємницькою організацією; – вивчення комунікативного процесу в підприємстві, взаємин і ділового спілкування людей при виконанні спільних підприємницьких завдань; |

– аналіз стратегій поведінки ділових людей у різних ситуаціях підприємництва (започаткування власної справи, укладання угоди, банкрутства тощо).

Компетентності:

Інтегральна компетентність: Здатність розв'язувати складні спеціалізовані завдання та практичні проблеми у соціокультурній сфері, у сфері освіти та науки, креативної економіки і культуротворчих практик, що передбачає застосування теорій та методів менеджменту культури і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.

- ЗК 1. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.
- ЗК 2. Здатність планувати та управляти часом
- ЗК 3. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.
- ЗК 4. Здатність спілкуватися державною мовою як усно, так і письмово.
- ЗК 5. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.
- ЗК 6. Здатність до пошуку, оброблення й аналізу інформації з різних джерел.
- ЗК 7. Здатність генерувати нові ідеї (креативність).
- ЗК 8. Вміння виявляти, ставити та вирішувати проблеми.
- ЗК 9. Здатність працювати в команді.
- ЗК 10. Здатність мотивувати людей та рухатися до спільної мети.
- ЗК 12. Здатність розробляти та управляти проектами.
- ЗК 13. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість.
- ЗК 14. Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт.
- ЗК 15. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.
- СК23. Здатність аналізувати і структурувати організаційну, управлінську проблему та знаходити конструктивні рішення.
- СК24. Здатність планувати, управляти та контролювати виконання поставлених завдань та прийнятих рішень.
- СК 25. Здійснювати розподіл повноважень і відповідальності на основі їх делегування.
- СК 26. Здатність діяти соціально відповідально.
- СК 27. Здатність дотримуватися норм професійної етики в процесі вирішення соціальних, культурних, економічних питань.
- СК28. Здатність здійснювати ефективні комунікації та розв'язувати конфліктні ситуації у професійній діяльності.

Програмні результати навчання:

- РН 2. Збирати та впорядковувати інформацію.
- РН 3. Організовувати професійний час.
- РН 7. Здійснювати проектувальну роботу.
- РН 11. Виявляти, генерувати і впроваджувати креативні ідеї в професійну діяльність.
- РН 12. Формулювати, аргументувати професійні завдання.
- РН 15. Вміти встановлювати діалог з різними професійними суб'єктами та групами.
- РН 16. Знати як застосувати сучасні технології управління людськими ресурсами.
- РН 18. Проявляти самостійність суджень та самокритичність у процесі дискусії.

3. Структура курсу

| № | Тема | Результати навчання | Завдання |
|----|--|--|---|
| 1. | Тема 1. Предмет, структура і місце дисципліни «Психологія бізнесу» в системі психологічного і наукового знання | Після вивчення теми студенти зможуть пояснити, що таке психологія бізнесу, її предмет і завдання. Вони зрозуміють, як ця дисципліна пов'язана з іншими галузями психології та науки. | Питання, тести, самостійна практична робота |
| 2. | Тема 2. Психологічні ознаки підприємництва | Після вивчення теми студенти зрозуміють, які риси характеру та особливості поведінки притаманні успішним підприємцям. Вони навчаться визначати психологічні якості, що | Питання, тести, самостійна практична робота |

| | | | |
|----|---|--|---|
| | | допомагають у веденні бізнесу, такі як ініціативність, рішучість і готовність до ризику. | |
| 3. | Тема 3. Проблеми особистості в бізнесі | Після вивчення теми студенти зрозуміють, які особисті труднощі можуть виникати у підприємців. Вони навчаться розпізнавати стрес, емоційне вигорання, страхи та невпевненість у бізнесі. Студенти дізнаються, як психологічні особливості впливають на прийняття рішень, управління командою та спілкування з партнерами. | Питання, тести, самостійна практична робота |
| 4. | Тема 4. Підприємницька організація: характерні ознаки та закономірності розвитку. | Після вивчення теми студенти зрозуміють, що таке підприємницька організація, які її головні риси та як вона розвивається. Вони навчаться визначати особливості структури, управління та взаємодії в таких організаціях. Студенти дізнаються, які закономірності впливають на зростання бізнесу та як адаптуватися до змін. | Питання, тести, самостійна практична робота |
| 5. | Тема 5. Психологічні особливості ділового спілкування. | Після вивчення теми студенти зрозуміють, як ефективно спілкуватися в діловому середовищі. Вони навчаться правильно будувати розмову, слухати співрозмовника та доносити свої думки. Студенти дізнаються, як невербальні сигнали, емоції та стиль спілкування впливають на робочі стосунки. | Питання, тести, самостійна практична робота |
| 6. | Тема 6. Психологічні особливості рекламної політики | Після вивчення теми студенти зрозуміють, як психологія впливає на рекламу та сприйняття бренду. Вони навчаться аналізувати, що привертає увагу людей та мотивує їх купувати товари чи послуги. Студенти дізнаються, як емоції, кольори, слова та образи впливають на поведінку споживачів. | Питання, тести, самостійна практична робота |
| 7. | Тема 7. Соціально-психологічні особливості підприємництва | Після вивчення теми студенти зрозуміють, як соціальні фактори впливають на підприємницьку діяльність. Вони дізнаються, як взаємодія з іншими людьми, культурні особливості та соціальні норми можуть змінювати підходи до ведення бізнесу. | Питання, тести, самостійна практична робота |
| 8. | Тема 8. Управління емоційним станом людини | Після вивчення теми студенти зрозуміють, як емоції впливають на поведінку людини в різних ситуаціях. Вони навчаться розпізнавати свої емоції та контролювати їх, щоб бути більш ефективними в роботі та житті. | Питання, тести, самостійна практична робота |
| 9. | Тема 9. Форми вияву психіки: психічні властивості, процеси і стани. | Після вивчення теми студенти зрозуміють, що таке психічні властивості, процеси і стани, а також як вони проявляються в повсякденному житті. Вони навчаться розрізняти різні види психічних процесів, таких як увага, | Питання, тести, самостійна практична робота |

| | | | |
|-----|--|---|---|
| | | пам'ять, мислення, і розуміти, як ці процеси впливають на нашу поведінку. | |
| 10. | Тема 10. Стратегії і тактики впливу та маніпулювання | Після вивчення теми студенти зрозуміють, що таке стратегії і тактики впливу, а також маніпулювання. Вони навчаться розпізнавати, як люди можуть впливати на інших, використовуючи різні методи та прийоми. Студенти дізнаються, як можна застосовувати ці стратегії в різних сферах життя, зокрема в бізнесі чи особистих стосунках. | Питання, тести, самостійна практична робота |
| 11. | Тема 11. Психологічні передумови продажу продукту підприємства | Після вивчення теми студенти зможуть розуміти психологічні аспекти продажів, усвідомлювати роль емоційного інтелекту в комунікації з клієнтами та визначати психологічні чинники, що впливають на прийняття рішення про покупку. Вони будуть здатні аналізувати поведінку споживачів, застосовувати методи сегментації на основі психологічних характеристик та використовувати техніки впливу для ефективних продажів. | Питання, тести, самостійна практична робота |
| 12. | Тема 12. Діловий етикет в діяльності підприємства | Після вивчення теми студенти зможуть усвідомлювати важливість ділового етикету для створення професійної атмосфери на підприємстві. Вони зрозуміють основні правила поведінки у діловому середовищі, в тому числі етикет при веденні переговорів, спілкуванні з клієнтами та партнерами. | Питання, тести, самостійна практична робота |

4. Система оцінювання курсу

| | |
|------------------------------------|------------|
| Лекції | 0 |
| Семінарські заняття | 80 |
| Самостійна робота студентів | 10 |
| Семестрова контрольна робота | 10 |
| Максимальна кількість балів | 100 |

5. Оцінювання відповідно до графіку навчального процесу

| Види навчальної роботи | | | | | | Сума |
|------------------------|----------------|----------|------------------------------|--|--|------------|
| Поточний контроль | СРС | | | | | |
| Семінарські заняття | СРС 1 | СРС 2 | Семестрова контрольна робота | | | |
| Max= 80 | 5 | 5 | 10 | | | |
| | Max= 10 | | Max= 10 | | | 100 |

6. Ресурсне забезпечення

Базова

1. Бондаренко, Г. Л. Психологія бізнесу: сучасні тенденції та перспективи розвитку. Психологічний журнал, 2021, № 3, с. 45–58.
2. Коваленко, О. П. Вплив емоційного інтелекту на ефективність управління персоналом. Вісник психології та педагогіки, 2020, № 2, с. 112–119.
3. Мельник, І. В. Психологічні аспекти прийняття рішень у підприємницькій діяльності. Наукові записки кафедри психології, 2022, Т. 30, с. 75–83.
5. Ткаченко, В. С. Мотивація персоналу: психологічні теорії та практики. Журнал прикладної психології, 2020, № 4, с. 98–107.
6. Федорова, Н. К. Психологія підприємництва: гендерні особливості та виклики. Гендерні студії в психології, 2021, № 2, с. 56–64.
7. Черненко, Д. О. Стрес-менеджмент у бізнес-середовищі: психологічні стратегії. Психологія праці та управління, 2022, Т. 15, № 3, с. 44–52.
8. Шевченко, Л. М. Комунікативні навички в бізнесі: психологічний тренінг. Практична психологія, 2023, № 2, с. 29–37.
9. Яковенко, П. Г. Етика бізнесу: психологічні аспекти прийняття етичних рішень. Етичні проблеми в психології, 2020, № 1, с. 15–23.

| 7. Контактна інформація | |
|--|---|
| Кафедра | Управління соціокультурною діяльністю, шоу-бізнесу та івентменеджменту, м. Івано-Франківськ, вул. Галицька, 201 Б. Кабінет – 314. https://kotusd.pnu.edu.ua/ |
| Викладачі | к.психол.н., доц. Апельт Галина Василівна |
| Контактна інформація викладачів | galina.apelt@pnu.edu.ua |
| 8. Політика курсу | |
| Академічна доброчесність | Атмосферу довіри, взаєморозуміння, взаємоповаги потрібно будувати щоденно. Політика ректорату спрямована на академічну доброчесність, прозорість та законність діяльності. Задля цього розроблено та впроваджено «Положення про запобігання академічного плагіату», «Положення про Комісію з питань етики та академічної доброчесності», «Кодекс честі ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Стефаника» і опубліковано їх на сайті. Викладеними в цих документах принципами (відповідальності, справедливості, академічної свободи, взаємоповаги, безпеки і добробуту, законності) та правилами поведінки студентів і працівників університету, які базують на відповідних законах, й керується кафедра управління соціокультурною діяльністю, шоу-бізнесу та івентменеджменту у своїй діяльності. В університеті діє «Гаряча лінія» з ректором, «Телефон довіри», більшість вступних іспитів проводиться за комп'ютерно-тестовими технологіями, а іспит за допомогою онлайн- |

| | |
|---|---|
| | трансляції можна переглядати у реальному часі. Діяльність кафедри, ректорату з питань запобігання та виявлення корупції здійснюється на основі чинного законодавства України. |
| Пропуски занять | Відпрацювання пропущених занять відбувається у перший день за графіком консультацій викладача з навчальної дисципліни |
| Виконання завдання пізніше встановленого терміну | Всі завдання здаються у встановлений термін, за винятком поважної причини у студента |
| Невідповідна поведінка під час заняття | Вирішується згідно чинного законодавства України, Статуту університету |
| Додаткові бали | Виставляються під час семінарських занять за оригінальні відповіді студентів з заявленої теми |
| Неформальна освіта | Зараховуються до загальної суми балів результати онлайн курсів на платформах Coursera, Prometheus, EdEra, які відповідають програмі навчальної дисципліни (в обсязі не більше 30% від загальної суми балів) |

МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ ДО ОПРАЦЮВАННЯ ЛЕКЦІЙНОГО МАТЕРІАЛУ

Лекції займають важливе місце у вивченні дисципліни «Психологія бізнесу» студентами. Вони є основою та інструментом, які допомагають студентам ефективно орієнтуватися у навчальному процесі, надаючи знання, необхідні для подальшого глибшого вивчення предмета, а також роз'яснюючи складні поняття та положення. Активна участь студентів у лекціях є запорукою успішного засвоєння необхідного обсягу знань, що сприятиме формуванню кваліфікованого спеціаліста з відповідним рівнем знань і навичок. На початку лекції викладач зазвичай оголошує тему, план проведення та рекомендує навчальну літературу і джерела. Під час лекції студенти повинні уважно слухати викладача, аналізувати отриману інформацію та конспектувати найважливіші моменти. Наприкінці лекції студенти мають можливість задати викладачеві питання для роз'яснення незрозумілого. Належне ведення конспекту під час лекції сприятиме збереженню необхідної інформації та надасть йому змогу в подальшому проаналізувати її. Уважне ведення конспекту під час лекції допоможе зберегти важливу інформацію та дозволить в подальшому її проаналізувати.

Робота над конспектами лекцій

Під час підготовки до семінарських та практичних занять студент уважно переглядає свій конспект лекції та повторно аналізує отриману інформацію. При вивченні матеріалу лекції він порівнює викладене на лекції з тим, що він законспектував, відповідно до плану семінарського заняття, який міститься в навчально-методичному комплексі та методичних матеріалах для проведення семінарів і практичних занять з обраної дисципліни. Якщо в конспекті відсутній матеріал з окремих питань лекції, або якщо певні питання розкриті не повністю, або ж винесені на самостійне опрацювання чи написання реферату, студенту необхідно звернутися до рекомендованих підручників, навчальних посібників, статистичних даних тощо.

Робота з навчальною, науковою літературою, джерелами

Працюючи з підручниками, навчальними посібниками та джерелами (матеріалами Держкомстату України, офіційними сайтами туристичних підприємств та інтернет-ресурсами), а також науковою і спеціалізованою літературою, важливо отримати максимальну кількість теоретичних знань і необхідних відомостей. Перш ніж почати роботу з цими джерелами, студент повинен ознайомитися з їх змістом, щоб визначити, чи варто їх опрацьовувати і чи мають вони відношення до вивченого курсу. Лише після цього можна вибрати відповідні матеріали для вивчення (глави, розділи тощо) і розпочати їх детальне вивчення. Під час опрацювання матеріалу важливо з'ясувати суть вивченого питання, не

омінаючи визначення незрозумілих чи нових слів і термінів, а також роз'яснюючи їх значення за допомогою словників, довідників або контексту речення.

При вивченні матеріалів з підручників, навчальних посібників, а також під час роботи з науковою та спеціалізованою літературою важливо аналізувати прочитане в контексті прослуханих лекцій та зроблених конспектів. Необхідно робити логічні висновки і записувати незрозумілі моменти для подальшого їх обговорення на практичних заняттях. Тому, під час опрацювання матеріалів, студентам рекомендується розробити зручну для себе систему позначок, яка може включати підкреслення, нотатки на полях книг або нормативно-правових актів, виписки, використання маркерів різних кольорів, формулювання інших авторів та посилання на різні джерела, а також запис важливих відомостей на окремих аркушах. Це допоможе ефективно фіксувати опрацьований матеріал. Окрім того, під час роботи з науковою та спеціалізованою літературою студент може знайти посилання на джерела, які не зазначені в навчально-методичному комплексі. Це, безумовно, є корисним для самостійного та глибшого вивчення правового матеріалу.

ПРАКТИЧНІ ЗАВДАННЯ (плани практичних занять)

ЗАНЯТТЯ №1.

ТЕМА: ПСИХОЛОГІЯ БІЗНЕСУ ЯК СФЕРА ПСИХОЛОГІЧНОЇ НАУКИ: СУЧАСНИЙ ПОГЛЯД НА ПРОБЛЕМУ

1. Становлення і розвиток психології бізнесу як науки: її предмет, понятійний апарат, коло проблем.
2. Завдання психології бізнесу.
3. Зв'язок психології бізнесу з іншими науками.
4. Методологічні та методичні проблеми психології бізнесу. Основні принципи та класифікації методів.

ЗАНЯТТЯ №2.

ТЕМА: ПСИХОЛОГІЧНИЙ АНАЛІЗ ФЕНОМЕНА ПІДПРИЄМНИЦТВА

1. Загальна характеристика феномена підприємництва.
2. Еволюція терміна “антрепренер”.
3. Психологічні теорії підприємництва.
4. Соціологічні теорії підприємництва.
5. Психологічний зміст, функції та складові феномена підприємництва.

ЗАНЯТТЯ №3.

ТЕМА: ПСИХОЛОГІЧНИЙ АНАЛІЗ СКЛАДОВИХ ФЕНОМЕНА ПІДПРИЄМНИЦТВА

1. Характеристика рівнів підприємницької активності.
2. Ризик та його сутність.
3. Аналіз лідерства з психологічного боку та з позиції підприємництва.
4. Інновація як творчий компонент в структурі особистості. Додаткові завдання

ЗАНЯТТЯ №4.

ТЕМА: ОСОБИСТІСТЬ У БІЗНЕСІ

1. Проблема особистості у психології. Співвідношення понять “індивід”, “індивідуальність”, “особистість”. Соціальнопсихологічна структура особистості. Темперамент і характер.
2. Психологічні вимоги до особистості бізнесмена.
3. Типологія підприємців та бізнесменів.
4. Статус, позиція, роль людини у бізнесі.
5. Психологічні відмінності між бізнесменом та менеджером.

ЗАНЯТТЯ №5.

ТЕМА: СУЧАСНА ПІДПРИЄМНИЦЬКА ОРГАНІЗАЦІЯ: ХАРАКТЕРНІ ОЗНАКИ ТА ЗАКОНОМІРНОСТІ РОЗВИТКУ

1. Підприємницька організація: характерні ознаки та закономірності розвитку.
2. Функції організації.
3. Види організацій.
4. Соціально-психологічне середовище організації.
5. Статусно-рольова структура організації.

ЗАНЯТТЯ №6.

ТЕМА: СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНІ ПАРАМЕТРИ МАЛОЇ СОЦІАЛЬНОЇ

1. Види і структурні характеристики малої групи.

2. Динамічні характеристики малої групи.
4. Нормативний вплив у групі.
5. Керівництво і лідерство в малих групах.
6. Прийняття групового рішення.
7. Проблема групової згуртованості і груповий конфлікт.

ЗАНЯТТЯ №7.

ТЕМА: ПСИХОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ДІЛОВОГО СПІЛКУВАННЯ

1. Загальна характеристика ділового спілкування. Види, сторони, функції спілкування.
2. Норми та правила ділової взаємодії. Поведінка з колегами по роботі, з керівництвом, із заступниками.
3. Техніки та правила ведення ділових індивідуальних бесід.
4. Ділові переговори та їх особливості. Види та призначення переговорів, їх функції. Роль посередника на переговорах.
5. Використання активних методів при підготовці та проведенні переговорів.
6. Невербальна комунікація в практиці ділових стосунків.
7. Шляхи оптимізації ділового спілкування та взаємодії в бізнесі.

ЗАНЯТТЯ №8.

ТЕМА: ПСИХОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ СПРИЯТЛИВОГО ПСИХОЛОГІЧНОГО КЛІМАТУ В КОЛЕКТИВІ

1. Конфлікт: його види, функції, стадії протікання. “Дерево” конфлікту як процесу.
2. Характер, причини та способи розв’язання конфліктних ситуацій у виробничих колективах.
3. Причини ділових і міжособистісних конфліктів.
4. Наслідки конфліктних ситуацій.
5. Моделі прогнозування і розв’язання конфліктних ситуацій.

ЗАНЯТТЯ №9.

ТЕМА: ПРОФЕСІЙНА ПІДГОТОВКА ПІДПРИЄМНИЦЬКИХ КАДРІВ

1. Кадрова політика і кадрове планування.
2. Формування підприємницьких груп.
3. Психологічна та професійна підтримка підприємницьких груп.
4. Евристично-професійне навчання: генерація і пошук нових ідей, нешаблонне мислення.
5. Активне соціальне навчання працівників.

ЗАНЯТТЯ №10.

ТЕМА: МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ПСИХОЛОГІЇ УПРАВЛІННЯ

1. Особливості загально психологічних методів у психології управління
2. Модель психологічно-управлінського консультування керівників
3. Методи активного соціально-психологічного навчання в психології управління

ЗАНЯТТЯ №11.

ТЕМА: ПСИХОЛОГІЧНА ГОТОВНІСТЬ КЕРІВНИКІВ ДО УПРАВЛІННЯ

1. Особливості вияву мотиваційного компонента у керівників різного рангу управління
2. Рівень розвитку когнітивного компонента готовності в керівників організацій
3. Особливості сформованості операційного компонента готовності в керівників різних типів організацій
4. Характеристики виявів особистісного компонента готовності в керівників різних типів організацій.

ЗАНЯТТЯ №12.

ТЕМА: СОЦІАЛЬНІ ПОЗИЦІЇ ТА РОЛІ ПРАЦІВНИКІВ ОРГАНІЗАЦІЙ

1. Соціальна позиція як статична характеристика; соціальна роль як динамічна характеристика працівника
2. Посадова інструкція як спеціальний документ, який регламентує професійно-функціональні ролі працівників
3. Персоніфікація діяльності
4. Роль керівника у забезпеченні позитивного впливу професійно - функціональних ролей на професійний та особистісний розвиток працівників

ЗАНЯТТЯ №13.

ТЕМА: МОТИВАЦІЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПРАЦІВНИКІВ ЯК ФАКТОР УСПІШНОГО УПРАВЛІННЯ

1. Спрямованість особистості як система основних, „сенсоутворюючих” мотивів
2. Структура потреб працівників
3. Інтегральна оцінка рівня задоволення потреб
5. Основні умови забезпечення мотивації діяльності керівника
6. Основні стратегії забезпечення мотивації працівників

ЗАНЯТТЯ №14.

ТЕМА: ВПЛИВ ПСИХОЛОГІЧНОГО КЛІМАТУ В КОЛЕКТИВАХ ОРГАНІЗАЦІЙ НА ЕФЕКТИВНІСТЬ УПРАВЛІННЯ

1. Зміст і структура психологічного клімату
2. Виявлення показників соціально-психологічного клімату даного колективу
3. Діяльність менеджерів щодо формування сприятливого психологічного клімату в організації

ЗАНЯТТЯ №15.

ТЕМА: ПОПЕРЕДЖЕННЯ ТА РОЗВ'ЯЗАННЯ УПРАВЛІНСЬКИХ КОНФЛІКТІВ В ОРГАНІЗАЦІЯХ

1. Конфлікт, його причини і наслідки
2. Методи аналізу міжособистісних конфліктів
3. Переговори як спосіб урегулювання конфлікту
4. Профілактика конфліктів на підприємстві.

ПИТАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ СТУДЕНТІВ

1. Дослідити основні підходи до розуміння психології бізнесу.
2. Проаналізувати вплив особистісних якостей підприємця на успіх бізнесу.
3. Вивчити мотиваційні фактори, що спонукають людей до підприємницької діяльності.
4. Охарактеризувати стилі лідерства в бізнесі та їх ефективність.
5. Дослідити роль емоційного інтелекту у веденні бізнесу.
6. Проаналізувати методи управління стресом у підприємницькій діяльності.
7. Визначити основні стратегії переговорів і їх психологічні аспекти.
8. Дослідити психологічні особливості прийняття рішень у бізнесі.
9. Дайте визначення терміну «підприємництво».
10. Вивчити психологічні чинники успішного брендингу.
11. Проаналізувати роль довіри у бізнес-комунікації.
12. Дослідити психологічні особливості конфліктів у бізнесі та методи їх вирішення.
13. Визначити роль корпоративної культури у формуванні ефективної команди.
14. Вивчити особливості поведінки споживачів та фактори, що впливають на прийняття рішень.
15. Дослідити вплив соціальних мереж на психологію бізнесу.
16. Проаналізувати значення кар'єрного коучингу в розвитку підприємницьких навичок.
17. Вивчити принципи ефективного тайм-менеджменту в бізнесі.
18. Дослідити роль креативного мислення у підприємницькій діяльності.
19. Визначити вплив особистісних переконань на бізнес-стратегії.
20. Проаналізувати методи психологічного впливу в маркетингу та рекламі.
21. Вивчити феномен «вигорання» серед підприємців і способи його подолання.
22. Дослідити роль інтуїції у прийнятті бізнес-рішень.
23. Проаналізувати психологічні аспекти роботи в команді та механізми ефективної взаємодії.
24. Вивчити принципи побудови довгострокових ділових відносин.
25. Дослідити особливості формування іміджу компанії з точки зору психології.
26. Визначити вплив етики бізнесу на довіру клієнтів і партнерів.
27. Проаналізувати психологічні особливості дистанційної роботи та її вплив на продуктивність.
28. Вивчити механізми прийняття ризикованих рішень у бізнесі.
29. Дослідити особливості поведінки конкурентів та способи реагування на конкуренцію.
30. Визначити психологічні чинники успішного стартапу.

ТЕМАТИКА ІНДИВІДУАЛЬНИХ ЗАВДАНЬ ДЛЯ СТУДЕНТІВ

1. Психологічні особливості ведення сімейного бізнесу.
2. Вплив емоційних станів підприємця на фінансові результати компанії.
3. Психологічні методи підвищення лояльності клієнтів.
4. Роль самооцінки в досягненні бізнес-цілей.
5. Психологія прийняття інновацій у бізнесі.
6. Формування персонального бренду підприємця.
7. Вплив мікро- та макрооточення на психологію підприємця.
8. Психологічні механізми ціноутворення в бізнесі.
9. Використання психології кольору в маркетингу та рекламі.
10. Психологічні аспекти делегування повноважень.
11. Маніпулятивні техніки в бізнесі: розпізнавання та захист.
12. Психологія сприйняття ризику в підприємництві.
13. Особливості прийняття кризових рішень у бізнесі.
14. Вплив соціальної відповідальності на імідж компанії.
15. Психологічні особливості адаптації до нових ринкових умов.
16. Роль харизми у формуванні успішного бізнес-лідера.
17. Використання нейромаркетингу для впливу на поведінку споживачів.
18. Психологія реклами: як створювати ефективні рекламні повідомлення.
19. Психологічні аспекти ведення міжнародного бізнесу.
20. Вплив когнітивних упереджень на бізнес-рішення.
21. Психологія фандрайзингу: як переконати інвесторів вкласти в бізнес.
22. Психологічні особливості бізнес-нетворкінгу.
23. Вплив особистісного стилю управління на продуктивність компанії.
24. Ефективність командної роботи: психологічні підходи.
25. Психологічні особливості ведення онлайн-бізнесу.
26. Використання технік НЛП у бізнес-комунікаціях.
27. Роль психологічної стійкості в досягненні бізнес-успіху.
28. Психологічні механізми формування попиту на товари та послуги.
29. Особливості побудови довіри у взаємодії з постачальниками.
30. Психологічні аспекти конкурентної боротьби в бізнесі.

ПРОГРАМОВІ ВИМОГИ ДО ДИСЦИПЛІНИ

1. Становлення і розвиток психології бізнесу як науки: її предмет, понятійний апарат, коло проблем.
2. Завдання психології бізнесу.
3. Зв'язок психології бізнесу з іншими науками.
4. Методологічні та методичні проблеми психології бізнесу. Основні принципи та класифікації методів.
5. Загальна характеристика феномена підприємництва.
6. Еволюція терміна “антрепренер”.
7. Психологічні теорії підприємництва.
8. Соціологічні теорії підприємництва.
9. Психологічний зміст, функції та складові феномена підприємництва.
10. Характеристика рівнів підприємницької активності.
11. Ризик та його сутність.
12. Аналіз лідерства з психологічного боку та з позиції підприємництва.
13. Інновація як творчий компонент в структурі особистості. Додаткові завдання.
14. Проблема особистості у психології. Співвідношення понять “індивід”, “індивідуальність”, “особистість”. Соціальнопсихологічна структура особистості. Темперамент і характер.
15. Психологічні вимоги до особистості бізнесмена.
16. Типологія підприємців та бізнесменів.
17. Статус, позиція, роль людини у бізнесі.
18. Психологічні відмінності між бізнесменом та менеджером.
19. Підприємницька організація: характерні ознаки та закономірності розвитку.
20. Функції організації.
21. Види організацій.
22. Соціально-психологічне середовище організації.
23. Статусно-рольова структура організації.
24. Види і структурні характеристики малої групи.
25. Динамічні характеристики малої групи.
26. Нормативний вплив у групі.
27. Керівництво і лідерство в малих групах.
28. Прийняття групового рішення.
29. Проблема групової згуртованості і груповий конфлікт.
30. Загальна характеристика ділового спілкування. Види, сторони, функції спілкування.
31. Норми та правила ділової взаємодії. Поведінка з колегами по роботі, з керівництвом, із заступниками.
32. Техніки та правила ведення ділових індивідуальних бесід.
33. Ділові переговори та їх особливості. Види та призначення переговорів, їх функції. Роль посередника на переговорах.
34. Використання активних методів при підготовці та проведенні переговорів.
35. Невербальна комунікація в практиці ділових стосунків.
36. Шляхи оптимізації ділового спілкування та взаємодії в бізнесі.
37. Конфлікт: його види, функції, стадії протікання. “Дерево” конфлікту як процесу.
38. Характер, причини та способи розв'язання конфліктних ситуацій у виробничих колективах.
39. Причини ділових і міжособистісних конфліктів.
40. Наслідки конфліктних ситуацій.
41. Моделі прогнозування і розв'язання конфліктних ситуацій.
42. Кадрова політика і кадрове планування.
43. Формування підприємницьких груп.

44. Психологічна та професійна підтримка підприємницьких груп.
45. Евристично-професійне навчання: генерація і пошук нових ідей, нешаблонне мислення.
46. Активне соціальне навчання працівників.
47. Особливості загально психологічних методів у психології управління.
48. Модель психологічно-управлінського консультування керівників.
49. Методи активного соціально-психологічного навчання в психології управління.
50. Особливості вияву мотиваційного компонента у керівників різного рангу управління.
51. Рівень розвитку когнітивного компонента готовності в керівників організації.
52. Особливості сформованості операційного компонента готовності в керівників різних типів організацій.
53. Характеристики виявів особистісного компонента готовності в керівників різних типів організацій.
54. Соціальна позиція як статична характеристика; соціальна роль як динамічна характеристика працівника.
55. Посадова інструкція як спеціальний документ, який регламентує професійно-функціональні ролі працівників.
56. Персоніфікація діяльності.
57. Роль керівника у забезпеченні позитивного впливу професійно - функціональних ролей на професійний та особистісний розвиток працівників.
58. Спрямованість особистості як система основних, „сенсоутворюючих” мотивів.
59. Структура потреб працівників.
60. Інтегральна оцінка рівня задоволення потреб.
61. Основні умови забезпечення мотивації діяльності керівника.
62. Основні стратегії забезпечення мотивації працівників.
63. Зміст і структура психологічного клімату.
64. Виявлення показників соціально-психологічного клімату даного колективу.
65. Діяльність менеджерів щодо формування сприятливого психологічного клімату в організації.

ТЕСТОВІ ЗАВДАННЯ

1. Що є основним фактором успішного бізнесу з точки зору психології?

- а) Початковий капітал
- б) Освіта підприємця
- в) Особистісні якості підприємця
- г) Випадковість

2. Який стиль керівництва передбачає активне залучення співробітників до прийняття рішень?

- а) Авторитарний
- б) Демократичний
- в) Ліберальний
- г) Патерналістський

3. Який термін визначає здатність підприємця адаптуватися до змін та ефективно долати труднощі?

- а) Емоційний інтелект
- б) Психологічна стійкість
- в) Когнітивний дисонанс
- г) Харизма

4. Яка теорія мотивації передбачає задоволення базових потреб перед досягненням вищих рівнів розвитку?

- а) Теорія двофакторної мотивації Герцберга
- б) Теорія самовизначення Десі і Райана
- в) Піраміда Маслоу
- г) Теорія очікувань Врума

5. Що є ключовим елементом ефективної комунікації в бізнесі?

- а) Вміння переконувати
- б) Монологічна подача інформації
- в) Використання професійної термінології
- г) Жорсткий контроль розмови

6. Який метод найкраще допомагає підприємцю уникати емоційного вигорання?

- а) Ігнорування проблем
- б) Робота без перерв
- в) Тайм-менеджмент та саморегуляція
- г) Делегування всіх завдань

7. Який стиль ведення переговорів базується на взаємній вигоді?

- а) Конкурентний
- б) Маніпулятивний
- в) Кооперативний
- г) Ультимативний

8. Яке поняття визначає здатність людини контролювати свої емоції в ділових ситуаціях?

- а) Емпатія
- б) Емоційний інтелект
- в) Стресостійкість
- г) Харизма

9. Який основний фактор впливає на формування довіри між бізнес-партнерами?

- а) Страх перед покаранням
- б) Досвід спільної діяльності
- в) Висока прибутковість компанії

г) Формальна ввічливість

10. Яке з наведених тверджень найкраще описує принципи ефективного лідерства?

- а) Лідер повинен мати абсолютну владу
- б) Лідер мотивує, надихає та підтримує команду
- в) Лідер має уникати прийняття відповідальності
- г) Лідер повинен змушувати працівників працювати більше

11. Що таке "когнітивні упередження" у бізнесі?

- а) Об'єктивний аналіз ринку
- б) Емоційна реакція на зміни
- в) Неправильне сприйняття інформації через стереотипи
- г) Відсутність аналітичного мислення

12. Яка стратегія найефективніша у вирішенні конфліктів у бізнесі?

- а) Ігнорування проблеми
- б) Відкрита комунікація та пошук компромісу
- в) Використання маніпуляцій
- г) Переклад відповідальності на інших

13. Що таке "нейромаркетинг"?

- а) Використання нейронних мереж для реклами
- б) Вивчення впливу реклами на підсвідомість споживачів
- в) Створення виключно соціальної реклами
- г) Продаж продуктів лише через інтернет

14. Яке з тверджень найкраще характеризує поняття "емоційний інтелект"?

- а) Здатність управляти своїми та чужими емоціями
- б) Вміння швидко рахувати
- в) Використання жорсткої логіки у прийнятті рішень
- г) Відмова від емоцій у бізнесі

15. Яка мотивація є найбільш ефективною для працівників?

- а) Виключно фінансова
- б) Визнання та кар'єрне зростання
- в) Постійний контроль з боку керівника
- г) Загроза звільнення

16. Що є ключовим фактором ефективної командної роботи?

- а) Жорстка ієрархія
- б) Конкуренція між співробітниками
- в) Спільна мета та взаємоповага
- г) Відсутність комунікації

17. Який психологічний ефект впливає на схильність людей купувати дорогі товари через їхню обмежену доступність?

- а) Ефект соціального доказу
- б) Ефект дефіциту
- в) Ефект якірної ціни
- г) Ефект знайомства

18. Що є основним чинником формування іміджу бренду?

- а) Висока ціна товару
- б) Виключно логотип компанії
- в) Емоційний зв'язок із клієнтами
- г) Кількість рекламних кампаній

19. Який стиль керівництва найефективніший у креативних індустріях?

- а) Авторитарний
- б) Демократичний
- в) Директивний
- г) Ліберальний

20. Яка психологічна техніка використовується в маркетингу для створення у клієнта відчуття невідкладності покупки?

- а) Соціальний доказ
- б) Створення дефіциту
- в) Раціоналізація витрат
- г) Вплив через авторитет

21. Що означає поняття "емоційний маркетинг"?

- а) Створення емоційного зв'язку між брендом і споживачем
- б) Використання агресивної реклами
- в) Використання виключно позитивних емоцій у рекламі
- г) Рекламування товарів через кіноіндустрію

22. Яка основна функція реклами з точки зору психології?

- а) Інформування клієнтів
- б) Формування поведінкових установок та потреб
- в) Висміювання конкурентів
- г) Вплив лише на емоційний рівень

23. Як називається ефект, при якому людина віддає перевагу знайомим брендам?

- а) Ефект новизни
- б) Ефект знайомства
- в) Ефект першого враження
- г) Ефект авторитету

24. Яке твердження є прикладом невербальної комунікації?

- а) Усне пояснення завдання
- б) Використання презентацій
- в) Міміка та жести під час переговорів
- г) Відправлення електронного листа

25. Який психологічний механізм часто використовують у рекламі для прив'язки позитивних емоцій до бренду?

- а) Асоціативне навчання
- б) Раціональне мислення
- в) Когнітивний дисонанс
- г) Психологічний захист

26. Який вид маніпуляції найчастіше використовується в бізнес-комунікаціях?

- а) Відкрите висловлення власної думки
- б) Емоційний шантаж
- в) Створення сприятливого робочого середовища
- г) Раціональний підхід

27. Що є основною ознакою ефективного лідера?

- а) Жорсткий контроль над підлеглими
- б) Вміння мотивувати та надихати команду
- в) Уникнення ризиків
- г) Консерватизм у прийнятті рішень

28. Який психологічний фактор впливає на лояльність споживачів?

- а) Висока ціна продукту
- б) Страх втрати можливості купити товар
- в) Довіра до бренду
- г) Регулярні зміни логотипу

29. Що є головним елементом корпоративної культури?

- а) Форма одягу співробітників
- б) Взаємодія та спільні цінності команди
- в) Виключно матеріальна мотивація
- г) Кількість робочих годин

30. Яка стратегія керування персоналом сприяє підвищенню продуктивності?

- а) Відсутність контролю
- б) Використання страху як мотивації
- в) Створення позитивної атмосфери та розвитку співробітників
- г) Постійний тиск на працівників

31. Що таке "психологічний контракт" у бізнесі?

- а) Офіційний трудовий договір
- б) Неформальні взаємні очікування між працівником і роботодавцем
- в) Письмова угода між партнерами
- г) Контракт про нерозголошення

32. Який тип мотивації найбільш ефективний для творчих працівників?

- а) Зовнішня (гроші, бонуси)
- б) Внутрішня (задоволення від роботи)
- в) Каральна (загроза звільнення)
- г) Відсутність мотивації

33. Який етап переговорів є найважливішим для досягнення угоди?

- а) Підготовка
- б) Презентація пропозицій
- в) Заключний етап
- г) Постпереговорний супровід

34. Що є головною причиною бізнес-конфліктів?

- а) Невідповідність особистих цінностей
- б) Недостатнє фінансування
- в) Відсутність реклами
- г) Погана погода

35. Який психологічний метод допомагає знижувати рівень стресу у підприємців?

- а) Повне занурення в роботу
- б) Медитація та релаксація
- в) Ігнорування проблем
- г) Уникнення відповідальності

36. Яке твердження є правильним щодо особистого бренду?

- а) Він формується випадково
- б) Його можна свідомо створювати та розвивати
- в) Він не впливає на успіх у бізнесі
- г) Він не потребує інвестицій

37. Що є ключовим фактором у створенні ефективної реклами?

- а) Велика кількість тексту
- б) Відповідність потребам цільової аудиторії
- в) Використання лише яскравих кольорів

г) Орієнтація на власні смаки

38. Яка стратегія найкраще працює для управління ризиками в бізнесі?

- а) Уникнення будь-яких ризиків
- б) Аналіз і планування варіантів розвитку подій
- в) Відмова від прийняття рішень
- г) Довіра лише власним інстинктам

39. Як називається здатність людини знаходити нестандартні рішення?

- а) Конформізм
- б) Креативність
- в) Догматичність
- г) Стереотипність

40. Який етап управління конфліктами є ключовим?

- а) Ігнорування проблеми
- б) Визначення причин конфлікту та пошук рішення
- в) Звинувачення учасників конфлікту
- г) Відкладення вирішення на невизначений термін

41. Що таке "ефект первинності" у бізнес-комунікації?

- а) Люди краще запам'ятовують першу отриману інформацію
- б) Люди найкраще сприймають останню отриману інформацію
- в) Всі варіанти однаково важливі
- г) Це поняття не відноситься до бізнесу

42. Який фактор є вирішальним у формуванні довіри до бренду?

- а) Активна реклама
- б) Відгуки клієнтів та прозорість діяльності
- в) Використання маніпулятивних технік
- г) Висока ціна товару

43. Яка особливість характерна для підприємців з високим рівнем емоційного інтелекту?

- а) Ігнорування емоцій співробітників
- б) Здатність розпізнавати власні та чужі емоції
- в) Використання страху як методу мотивації
- г) Повне уникнення конфліктів

44. Що таке "ефект ореолу" в сприйнятті керівника?

- а) Успішні люди завжди сприймаються позитивно, навіть якщо це не відповідає дійсності
- б) Всі співробітники сприймають керівника об'єктивно
- в) Це явище не існує
- г) Оцінка людини базується виключно на її знаннях

45. Яке з тверджень найкраще характеризує поняття "психологічний контракт" у бізнесі?

- а) Офіційний документ між роботодавцем і працівником
- б) Очікування та зобов'язання, які не прописані у формальному договорі
- в) Контракт, що стосується тільки топменеджменту
- г) Законодавчо закріплена угода між партнерами

46. Який психологічний метод допомагає працівникам справлятися зі стресом?

- а) Медитація та емоційна регуляція
- б) Уникнення відповідальності
- в) Постійне скарження на керівництво
- г) Ігнорування проблем

47. Що є основною причиною синдрому емоційного вигорання у підприємців?

- а) Баланс між роботою та відпочинком
- б) Надмірний рівень стресу та відсутність відпочинку
- в) Відсутність амбіцій
- г) Низький рівень доходу

48. Який стиль керівництва найефективніший у швидко змінних умовах?

- а) Гнучкий та адаптивний
- б) Жорстко ієрархічний
- в) Авторитарний
- г) Безконтрольний

49. Що є основною перевагою гнучкого графіка роботи для працівників?

- а) Можливість ухилятися від обов'язків
- б) Краще управління власним часом та підвищення продуктивності
- в) Відсутність дедлайнів
- г) Зниження відповідальності

50. Який фактор найбільше впливає на психологічний клімат у колективі?

- а) Виключно фінансова мотивація
- б) Стиль керівництва, довіра та взаємопідтримка
- в) Відсутність контролю з боку керівництва
- г) Наявність конфліктів та інтриг

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

1. Бондаренко, Г. Л. Психологія бізнесу: сучасні тенденції та перспективи розвитку. Психологічний журнал, 2021, № 3, с. 45–58.
10. Білоус, К. П. Емоційне вигорання підприємців: психологічні чинники та профілактика. Актуальні питання психології бізнесу. 2021. Т. 18, № 1. С. 34–42.
11. Гавриленко, І. О. Психологія поведінки споживачів: вплив маркетингових стимулів. Журнал соціальної психології та бізнесу. 2020. № 3. С. 52–60.
12. Даниленко, М. І. Психологічні аспекти ефективної командної роботи в організаціях. Практична психологія управління. 2020. № 2. С. 77–85.
13. Єрмакова, О. Л. Довіра як фактор ефективного бізнес-спілкування: психологічний аналіз. Вісник організаційної психології. 2021. № 1. С. 28–36.
14. Захарченко, В. С. Вплив особистісних рис керівника на корпоративну культуру компанії. Психологія управління персоналом. 2022. Т. 12, № 4. С. 99–108.
15. Климчук, Н. В. Переконливі комунікації в бізнесі: психологічні принципи та техніки. Психологія реклами та маркетингу. 2020. № 2. С. 64–72.
16. Романенко, Л. К. Психологія змін у бізнесі: стратегії адаптації персоналу до інновацій. Вісник економічної психології. 2022. № 4. С. 53–61.
2. Коваленко, О. П. Вплив емоційного інтелекту на ефективність управління персоналом. Вісник психології та педагогіки, 2020, № 2, с. 112–119.
3. Мельник, І. В. Психологічні аспекти прийняття рішень у підприємницькій діяльності. Наукові записки кафедри психології, 2022, Т. 30, с. 75–83.
4. Сидоренко, А. М. Лідерство в організаціях: психологічні підходи та моделі. Організаційна психологія, 2021, № 1, с. 22–34.
5. Ткаченко, В. С. Мотивація персоналу: психологічні теорії та практики. Журнал прикладної психології, 2020, № 4, с. 98–107.
6. Федорова, Н. К. Психологія підприємництва: гендерні особливості та виклики. Гендерні студії в психології, 2021, № 2, с. 56–64.
7. Черненко, Д. О. Стрес-менеджмент у бізнес-середовищі: психологічні стратегії. Психологія праці та управління, 2022, Т. 15, № 3, с. 44–52.
8. Шевченко, Л. М. Комунікативні навички в бізнесі: психологічний тренінг. Практична психологія, 2020, № 2, с. 29–37.
9. Яковенко, П. Г. Етика бізнесу: психологічні аспекти прийняття етичних рішень. Етичні проблеми в психології, 2020, № 1, с. 15–23.

СЛОВНИК ТЕРМІНІВ

Авторитет – (лат. – вплив, влада) – загальновизнаний вплив індивіда на займаній посаді; визнання за індивідом права на прийняття відповідального рішення в умовах спільної діяльності.

Активність особистості – здатність особистості ініціювати зміни у процесі відносин з навколишнім світом.

Бізнес – (англ. – інтерес, діло, угода, торгівля) – законно організована діяльність, що приносить дохід, прибуток або інші особисті вигоди.

Взаємодія – взаємозалежний обмін діями, організація людьми взаємних дій, спрямованих на реалізацію спільної діяльності.

Вікові кризи – особливі перехідні періоди розвитку людини, які характеризуються психологічними змінами і нею переживаються.

Громадська думка – публічно виражене і поширене судження, яке містить оцінку і ставлення (приховане, явне) до подій, осіб, діяльності груп, організацій, що становлять певний інтерес для суспільства.

Групова дискусія (лат. – розгляд, дослідження) – метод групового обговорення проблеми, який дає змогу виявити спектр думок і суджень членів групи, запропонувати можливі шляхи розв'язання завдання, знайти групове розв'язання проблем.

Групова згуртованість – утворення, розвиток і формування зв'язків у групі, які забезпечують перетворення зовні заданої структури на психологічну спільність людей, психологічний організм, який живе за своїми нормами і законами відповідно до своїх цілей і цінностей.

Групова нормалізація – соціально-психологічний феномен, який виникає в результаті групової дискусії, коли протилежні точки зору, навіть екстремальні позиції, згладжуються і стають єдиною усередненою думкою.

Групова поляризація – соціально-психологічний феномен, що є результатом групової дискусії, у процесі якої різні точки зору, думки оформлюються у дві протилежні, групові позиції.

Групова сумісність – соціально-психологічний показник згуртованості групи, що виражає можливість безконфліктного спілкування і погодження дій індивідів в умовах спільної діяльності.

Групові норми – певні правила, стандарти поведінки, вироблені групою для забезпечення спільної діяльності її членів.

Групові ролі – типові способи поведінки, які пропонують, очікують, реалізують учасники групового процесу.

Групові санкції (лат. – непорушна постанова) – сукупність механізмів та засобів, за допомогою яких група стимулює нормативну поведінку, впливає на дотримання індивідами існуючих у ній норм та цінностей.

Девіантна поведінка (лат. – відхилення) – система вчинків, що відрізняються від загальноприйнятих у суспільстві норм права, культури, моралі.

Етнічна група – стійка спільність, що історично склалася на певній території і якій властиві відносно стабільні особливості мови, спільні риси, неповторні якості, усвідомлення єдності і відмінності від інших утворень (самосвідомість етносу), відмінні від інших груп характеристики (спосіб життєдіяльності, традиції, норми, правила звички, матеріальна і духовна культура, метод господарсько-економічної діяльності, внутрішня формальна організація та ін.).

Етноцентризм – психологічна схильність сприймати всі життєві події з позиції своєї етнічної групи, вважаючи її еталоном.

Зараження – психологічний вплив на особистість у процесі спілкування і взаємодії, який передає певні настрої, спонуки не через свідомість та інтелект, а через емоційну сферу.

Здібності – індивідуально-психологічні особливості, які є умовою успішної діяльності особистості.

Інноваційний процес – здійснення цілеспрямованих заходів, направлених на перетворення яких-небудь компонентів у структурі або функціонуванні організацій.

Ідентифікація (лат. – тотожний) – процес ототожнення (уподібнення) себе з іншим індивідом або групою, основою якого є емоційний зв'язок, набуття, засвоєння цінностей, ролей, моральних якостей іншої людини, особливо батьків; копіювання суб'єктом думок, почуттів, дій іншої людини, яка є моделлю.

Інститути соціалізації – конкретні групи, в яких людина долучається до системи норм, цінностей і соціальних зв'язків (сім'я, школа, неформальні організації, засоби масової інформації тощо).

Імідж – (англ. – образ) – система уявлень людей про будь-який об'єкт; набір значень завдяки якому будь-який об'єкт є відомим і завдяки якому люди певним чином описують його, запам'ятовують і ставляться до нього.

Конфлікт – (лат. – зіткнення) – зіткнення значущих, конкуруючих, несумісних чи протилежних поглядів, потреб, інтересів і дій індивідів та їх груп.

Керівник – індивід, на якого офіційно покладені функції управління і організації діяльності в групі (установі, фірмі та ін.).

Керівництво – соціально-психологічний вплив на інших людей, який здійснюється індивідом чи колективним суб'єктом з метою структурування дій та відносин у групі (організації).

Комунікативні бар'єри – психологічні перешкоди, що виникають на шляху отримання інформації.

Комунікація – (лат. – спілкуюсь із кимось) – спектр зв'язків та взаємодій, що передбачають безпосередні та опосередковані контакти, реалізацію соціальних відносин, регуляцію соціального процесу, ціннісне ставлення до нього, обмін інформацією, співпереживання, взаєморозуміння, сприймання, відтворення, вплив групи на людину чи однієї людини на іншу.

Комунікативна підготовка персоналу – напрямок в загальній системі професійного та психологічного навчання підприємницьких та управлінських кадрів, завданням якої є вироблення навиків до повноцінного між особистісного спілкування з колегами та підлеглими, до творчого співробітництва і діалогу з ними.

Лідер (англ. – провідник, ведучий, керівник) – наділений найбільш ціннісним потенціалом індивід, який має провідний вплив у групі.

Лідерство – процес організації й управління малою соціальною групою, який сприяє досягненню групових цілей у визначені терміни та з оптимальним ефектом.

Локус контролю – властивість особистості, яка передбачає схильність людини приписувати відповідальність за результати своєї діяльності зовнішнім силам (екстернальний локус контролю) та власним здібностям і зусиллям (інтернальний локус контролю).

“Маргінальна” особистість – індивід, який, опинившись на межі двох чи кількох культур, подолав межі спільності, в якій виховувався, однак не зміг увійти або не був прийнятий у нову групу.

Мотив – (лат. рухаю) – спонукальна причина дій і вчинків людей. Основою мотиву діяльності людини є її різноманітні потреби.

Мотивація – це сукупність причин психологічного характеру, яка пояснює поведінку людини, її початок, скерованість і активність.

Менеджер – людина, яка організовує конкретну роботу певного числа працівників, керуючись сучасними методами.

Менеджмент – управління виробництвом засобами спеціальних методів планування, регулювання і контролю господарської діяльності для підвищення її ефективності.

Національний характер – своєрідне специфічне, поєднання типових рис у конкретних історичних і соціально-економічних умовах буття нації, уявлення народу про себе, сукупність стійких, основних для національної спільності особливостей сприймання навколишнього світу та форм реакцій на нього.

Навіювання – процес впливу на психічну сферу людини, пов'язаний з істотним зниженням її критичності до інформації, що надходить, відсутністю прагнення перевірити її достовірність, необмеженою довірою до її джерел.

Наслідування – процес орієнтації на певний приклад, взірць відтворення однією людиною дій, вчинків, жестів, манер, інтонації іншої людини, копіювання рис її характеру та стилю життя.

Невербальна поведінка – найрізноманітніші рухи (жести, експресія обличчя, пози, інформаційно-ритмічні особливості голосу, дотик), які виражають психічні стани людини, її ставлення до партнера, до ситуації спілкування загалом.

Норма управління – кількість працівників, які перебувають у безпосередньому підпорядкуванні менеджера.

Організація – група людей, діяльність яких свідомо координується для досягнення загальної мети або цілей. Суттєвими характеристиками організації є спеціалізація кожного її члена на якій-небудь трудовій операції, синхронність, однонаправленість.

Особистість – суб'єкт власної життєдіяльності, суспільна істота, наділена свідомістю і представлена психологічними характеристиками, які є стійкими, соціально зумовленими, виявляються у суспільних зв'язках, відносинах з навколишнім світом, іншими людьми.

Підприємець (франц. посередник) – людина, яка діє в умовах ризику з метою одержання прибутку.

Підприємницька діяльність – вид діяльності, яка базується на розвитку особистісних чинників, спрямована на досягнення кращих із можливих результатів і в кінцевому підсумку пов'язана з економічною вигодою.

Підприємництво – явище людської активності, процес створення чогось нового, що має певну вартість, процес, який вимагає багато зусиль і часу, моральної і соціальної відповідальності; процес, який приносить грошовий дохід і особисте задоволення досягнутим.

Референтна група – реальна чи умовна соціальна спільність, з якою індивід співвідносить себе як з еталоном, орієнтуючись у своїх вчинках і самооцінці на її норми та цінності.

Рефлексія (лат. – звернення назад, самопізнання) – усвідомлення індивідом того, як його сприймають і оцінюють інші індивіди або спільності, вид пізнання, у процесі якого суб'єкт стає об'єктом свого спостереження; аналіз власного психологічного стану.

Роль (франц. – список) – певна соціальна, психологічна характеристика особистості, спосіб поведінки людини, залежно від її статусу і позиції в групі, суспільстві, в системі між особистісних, суспільних відносин.

Реклама (лат. – вигукую, кличу) – спосіб популяризації товарів або послуг за допомогою преси, радіо, телебачення та ін.

Ризик (грец. скеля, стрімчак) – об'єктивна ймовірність того, що та чи інша подія відбудеться, і може бути представлена кількісно у вигляді математично формалізованого імовірнісного розподілу доходів.

Синергія (синергізм) – ефект підвищення результативності за рахунок використання взаємозв'язків і взаємопідсилення різних видів діяльності, коли загальний ефект перевищує суму показників віддачі всіх ресурсів, що діють незалежно.

Соціалізація (лат. – суспільний) – процес входження індивіда в суспільство, активного засвоєння ним соціального досвіду, соціальних ролей, норм, цінностей, необхідних для успішної життєдіяльності в певному суспільстві.

Соціальна група – відносно стійка сукупність людей, пов'язаних між собою спільними цінностями, цілями, системою взаємин, взаємовпливів і включених до типових форм діяльності.

Соціальна перцепція (лат. – сприймання, пізнання) – цілісне сприймання суб'єктом соціальних об'єктів (людей, груп, спільностей), яке дає змогу надійніше визначати успішність і перспективи міжособистісної взаємодії.

Соціальний тип – узагальнене відображення сукупності істотних соціальних якостей особистостей, що належать до певної соціальної спільності.

Соціально-психологічний клімат групи – якісний аспект міжособистісних відносин, що виявляється у сукупності внутрішніх (психологічних) умов, які сприяють або перешкоджають продуктивній спільній діяльності і всебічному розвитку особистості у групі.

Соціально-психологічні механізми – психологічні впливи або засоби, за допомогою яких здійснюється соціально-психологічне відображення людиною реалій соціального життя, а отже перехід зовнішніх впливів соціального оточення у внутрішні регулятори її поведінки.

Спілкування – увесь спектр зв'язків і взаємодій людей у процесі духовного і матеріального виробництва, спосіб формування, розвитку, реалізації та регуляції соціальних відносин і психологічних особливостей окремої людини, що здійснюється через безпосередні чи опосередковані контакти, в які вступають особистості та групи.

Спосіб життя – стійка типова форма життєдіяльності особистості та спільностей, міра їх включення в соціум, типові форми взаємодії індивіда з суспільством, групами, іншими людьми.

Стадії соціалізації – етапи, періоди становлення особистості, засвоєння нею соціального досвіду.

Статус (лат. – стан, становище) – місце індивіда в системі міжособистісних відносин у групі, суспільстві, його права, обов'язки і привілеї.

Стереотип – відносно стійкий і спрощений образ соціального об'єкта, формування якого спричинене недостатністю інформації, надмірною прив'язаністю до власного досвіду, некритичним сприйняттям відомостей.

Стереотипізація – процес формування враження про людину на основі вироблених стереотипів; віднесення соціальних об'єктів або форм взаємодії до відомих чи таких, що здаються відомими, явищ, приписування їм знайомих рис з метою прискорення чи полегшення міжособистісного спілкування.

Стиль лідерства – спосіб, метод роботи, манера поведінки індивіда, типова для лідера система принципів, норм, індивідуальних особливостей впливу на підлеглих.

Стрес (англ. – напруга) – емоційний стан людини, що виникає під дією екстремальних впливів; особливий психічний стан людини на стадії пристосування до нових умов існування, спричинений надмірною психофізіологічною мобілізацією організму.

Сфера соціалізації – середовище дії, в якому відбувається процес розширення та примноження соціальних зв'язків індивіда із зовнішнім світом.

Темперамент (лат. – узгодженість, устрій) – стійка характеристика індивіда, яка виявляється в силі, швидкості, напруженості, урівноваженості, перебігу психічної діяльності, у порівняно більшій чи меншій стійкості її настроїв.

Фасцинація (англ. – зачарування) – спеціально організований вербальний вплив при передаванні інформації, спрямований на підвищення якості сприймання інформації шляхом впливу на емоційний стан і поведінку реципієнта.

Характер – сукупність стійких індивідуальних властивостей особистості, що виявляються в типових способах діяльності та спілкування, в типових обставинах і визначаються ставленням особистості до цих обставин.

Ціннісні орієнтації – спрямованість інтересів і потреб особистості на певну ієрархію життєвих цінностей, схильність надавати перевагу одним цінностям і заперечувати інші, спосіб диференціації особистісних об'єктів і явищ за їх особистою значущістю.

Чутки – недостовірні або частково достовірні інформації, що надходять від однієї особи або групи, про події, ситуації.

“Я-концепція” – цілісний, хоч і не позбавлений внутрішніх суперечностей образ власного “Я”, формування якого відбувається поетапно аж до самосвідомості.

“Я-образ” – остаточне уявлення про себе, результат роботи над пізнанням себе, осмислення своєї ролі на кожному життєвому етапі; особистість у єдності всіх аспектів її буття, відтворених у самосвідомості.

Навчальне видання



Г.В. АПЕЛЬТ

ПСИХОЛОГІЯ БІЗНЕСУ

Навчально–методичний посібник

В авторській редакції
Гарнітура Times New Roman
Наклад 300 прим.