|  |  |
| --- | --- |
| **Психология** |  |
| Закреплена за кафедрой |  | **Управление персоналом и социология** |  |
| Учебный план |  |  |  |  |  |  |
| Форма обучения |  | **заочная** |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Распределение часов дисциплины по курсам** |  |  |  |
| Курс | **2** | Итого |  |  |  |
| Вид занятий | УП | РП |  |  |  |
| Лекции | 4 | 4 | 4 | 4 |  |  |  |
| Практические | 6 | 6 | 6 | 6 |  |  |  |
| Итого ауд. | 10 | 10 | 10 | 10 |  |  |  |
| Кoнтактная рабoта | 10 | 10 | 10 | 10 |  |  |  |
| Сам. работа | 125 | 125 | 125 | 125 |  |  |  |
| Часы на контроль | 9 | 9 | 9 | 9 |  |  |  |
| Итого | 144 | 144 | 144 | 144 |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ** |
| 1.1 | Цели освоения дисциплины: расширение профессиональной компетенции студентов с целью подготовки их к решению производственных задач с учетом специфики профессиональной деятельности. |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **2. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)** |
| **ПК-2: владением навыками использования основных теорий мотивации, лидерства и власти для решения стратегических и оперативных управленческих задач, а также для организации групповой работы на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды, умений проводить аудит человеческих ресурсов и осуществлять диагностику организационной культуры** |
| **ОПК-3: способностью проектировать организационные структуры, участвовать в разработке стратегий управления человеческими ресурсами организаций, планировать и осуществлять мероприятия, распределять и делегировать полномочия с учетом личной ответственности за осуществляемые мероприятия** |
| **ОК-6: способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия** |
| **В результате освоения дисциплины обучающийся должен:** |
| **Знать:** |
| основы профессиональной солидарности; механизмы возникновения взаимопонимания между людьми; методы и средства самопознания для повышения культурного уровня, профессиональной компетентности;содержание процессов самоорганизации и самообразования; особенности процессов самоорганизации и самообразования; технологии реализации процессов самоорганизации и самообразования, исходя из целей совершенствования профессиональной деятельности;знать основы анализа коммерческих предложений и выбора поставщиков потребительских товаров с учетом требований к качеству и безопасности, экологии, тенденций спроса, моды, новых технологий производства. |
| **Уметь:** |
| толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия; анализировать процессы, идущие в различных коллективах и показать особенности их развития с учетом социальных, конфессиональных и культурных различий; применять различные приемы и средства познания других людей в профессиональной деятельности;планировать цели и устанавливать приоритеты при выборе способов принятия решений с учетом условий, средств, личностных возможностей и временной перспективы достижения; осуществления деятельности; самостоятельно строить процесс овладения информацией, отобранной и структурированной для выполнения профессиональной деятельности;анализировать коммерческие предложения и выбирать поставщиков потребительских товаров с учетом требований к качеству и безопасности, экологии, тенденций спроса, моды, новых технологий производства. |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  | стр. 1 |

|  |
| --- |
| **Владеть:** |
| навыками адаптации к новым ситуациям с учетом особенностей и возможностей коллектива; навыками толерантного отношения к представителям других групп; навыками толерантного отношения к представителям других социальных групп, методами конструктивного решения конфликтных ситуаций в коллективе;приемами саморегуляции эмоциональных и функциональных состояний при выполнении профессиональной деятельности; технологиями организации процесса самообразования; приемами целеполагания во временной перспективе, способами планирования, организации, самоконтроля и самооценки деятельности;навыком анализа коммерческих предложений и выбора поставщиков потребительских товаров с учетом требований к качеству и безопасности, экологии, тенденций спроса, моды, новых технологий производства. |
|  |  |
|  | стр. 2 |