

ЛІДЕРСТВО ТА ПАРТНЕРСТВО У БІЗНЕСІ

Кафедра економіки

Факультет економіки і підприємництва

Анотація:

Мета курсу (інтегральна компетентність) - є формування системи професійної компетентності (знань, прикладних вмінь та навичок) щодо використання принципів, типів, інструментів лідерства керівником та забезпечення тривалого ділового партнерства в бізнесі.

Міждисциплінарні зв'язки. Починаючи вивчати дисципліну «Лідерство та партнерство в бізнесі», здобувачі повинні мати певну базу знань з політичної економії (макро- і мікроекономіки), економіка та людина, правознавства, мати навички роботи з інформацією (її збирання, узагальнення, систематизації, критичного сприйняття).

Цілі курсу (програмні компетентності):

- оволодіння основними поняттями й концепціями теорії лідерства;
- визначати переваги та загрози лідерської поведінки в організації;
- формування системного уявлення про лідерство в організації;
- оволодіння основними інструментами лідерства в сучасній організації;
- наукової орієнтації у міждисциплінарній галузі знань, якою є навчальна дисципліна.

Програмні результати навчання:

- здійснювати аналіз ситуативних чинників, що обумовлюють вибір ефективного стилю лідерства в організації;
- обирати ефективні методи та прийоми управлінського впливу;
- формувати власний імідж шляхом цілеспрямованого використання мовної культури, культури зовнішності, невербальних засобів, аксесуарів;
- визначати свій стиль лідерства, ідентифікувати й намітити план розвитку свого стилю керування командою;
- визначати готовність колективу до формування команд;
- визначати сфери спільних інтересів та цінності для побудови ефективних партнерських стосунків;
- здійснювати оцінку ділових партнерів;
- формувати та підтримувати довіру бізнес-партнерів;
- вести дискусію й управляти аудиторією, уникати логічних помилок у суперечці й дискусії;
- здійснювати ділові переговори з урахуванням особливостей комунікаційної ситуації, етичних вимог та психологічних закономірностей переговорного процесу;
- визначати заходи щодо підготовки публічного виступу; здійснювати презентацію ділової інформації.

Короткий зміст курсу:

Лідерство та етичні засади ділових стосунків. Проблема лідерства у сучасному бізнесі. Поняття та сутність бізнесу. Економічна сутність бізнесу. Характеристика позитивної, критичної та прагматичної концепції бізнесу.

Феномен «лідерство»: поняття й сутність. Визначення поняття «лідерства». Сутнісні характеристики поняття «лідерства». Функції лідера, його особистісні характеристики. Організаційне лідерство. Основні відмінності між лідерством та керівництвом. Шість важливих якостей організаційного лідера. Еволюція теорії лідерства. Вітчизняні та зарубіжні дослідження лідерства. Сучасні сфери дослідження лідерства. Зарубіжні теорії лідерства. Персоналістичні теорії (теорії лідерських «якостей» К. Берда, Р. Стогдилла); ситуаційні теорії (теорії лідерства Ф. Фидлера, П. Херсі й К. Бланшара); поведінкові теорії (модель Д. Макгрегора, концепція кредиту довіри Е. Холландера, двовимірна модель лідерства Р. Блейка й Дж. Моутон), ціннісні теорії (теорії лідерства С. Кучмарські й Т. Кучмарські, концепція "обслуговуючого лідерства" Р. Гринліфа). Джерела, види та інструменти влади. Визначення й природа влади. Трактування поняття "влада". Якості влади. Сила влади. Джерела індивідуальної влади. Легітимна влада; влада винагороди; влада покарання; влада, заснована на авторитеті і референтна влада. Відносини між основними вимірами влади й відповідними джерелами влади. Використання влади у ході прийняття стратегічних рішень. Переваги та недоліки тактичних прийомів у використанні влади. Потреба в досягненні й потреба у владі. Теорія придбаних потреб Мак-Клелланда. Різні типи потреби у владі. Лідерство як груповий процес. Поняття групи. Класифікація груп. Поняття про групову динаміку. Елементи групової динаміки. Фази та стадії групової динаміки. Групова поведінка. Сутність та специфіка процесу прийняття групового рішення. Фази групового рішення. Основні методи прийняття групового рішення. Імідж лідера. Гендерні особливості лідерства. Структура образу лідера. Способи позиціювання лідерських якостей. Імідж керівника-лідера та його складові. Складового іміджу керівника. Характеристики, що впливають на створення іміджу керівника. Структура особистого брэнда керівника. «Зовнішній» та «внутрішній» імідж керівника. Гендерні аспекти лідерства. Формування команд і робота в командах. Стратегія формування керівником управлінської команди. Моделі формування команд. Типологія команд. Характеристики етапів створення груп. Індивідуальний стиль формування управлінської команди. Фактори, що зумовлюють стиль та стратегію командоутворення. Комунікації та партнерство в організації. Сутність та форми ділового партнерства. Причини й умови розвитку партнерства в діловому світі. Порівняльні характеристики й категорії ділових партнерів. Фактори надійності ділових відносин. Довіра в колективі як основа ділового партнерства. Фактори довіри. Фактори зміцнення довіри, їх характеристика. Ознаки обману: вербальні й невербальні. Проблема ідентифікації неправди. Комунікаційний процес в організації та ефективність управління. Визначення сутності та змісту комунікації в організації. Комунікація як структура організації. Порівняння ролі комунікацій в організаціях у різних наукових концепціях. Структура комунікаційного процесу, його змістовні елементи. Форми впливу на партнерів по спілкуванню. Неімперативні та імперативні форми впливу. Сутність неімперативних форм впливу (прохання, пропозиція, переконання, похвала) та імперативних форм впливу (наказ, вимога, заборона). Психологічні прийоми впливу на партнерів по спілкуванню. Сутність психологічних прийомів: прийом «власне ім'я», прийом «дзеркало відносин», прийом «терплячий слухач» та ін. Сприйняття та оцінка партнерів по

спілкуванню один одного. Психологічні механізми експектації та емпатії. Психологічна типологія людей. Організаційно-психологічні основи переговорного процесу. Підготовка концепції та сценарію переговорів. Морально-психологічна підготовка членів робочої групи до переговорного процесу. Зміст етапів стратегічної, тактичної і безпосередньої підготовки до переговорного процесу. Організаційна підготовка до переговорного процесу. Зміст етапів підготовки до переговорного процесу. Організація зустрічі делегації ділових партнерів і процесу переговорів. Презентація як інструмент формування спільності бачення у бізнесі. Роль та сутність презентації у бізнесі. Структура презентації. Планування й підготовка презентації. Основна частина презентації. Заклучна частина презентації. Принципи оформлення слайдів. Принципи побудови ефективної презентації та типові помилки. Ораторське мистецтво лідера. Історія ораторського мистецтва. Види ораторської мови. Структура ораторської мови. Функціональнозначимі типи мови. Властивості ораторської мови. Підготовка до публічного виступу. Задум мови. Аргументація. Дедуктивна демонстрація. Індуктивна демонстрація. Особливості мовної комунікації: позиція слухаючого, три типи прийому й передачі інформації. Принципи й методи інформування. Текст як послідовність знаків. Словники. Body language (мова людського тіла). Цільові настанови мови. Провокаційна мова. Категорії змусити й переконати як реалізація «волі до влади». Мотивація професійної мови. Класифікація цільових настанов мови. Оцінка аудиторії. Вербальна й візуальна адаптація. Подолання оратором нервозності.