

## СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	2
1. Механизмы и способы восприятия, анализа сообщений в массовой коммуникации.....	2
2. Проанализируйте информацию, увиденную в офисе. Кто в нем работает? Их должностное положение, пол, отношение к работе, деловые качества.....	5
3. Перечислите и дайте характеристику четырем поколениям методик тайм-менеджмента по версии Стивена Кови.....	6
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	7
Библиографический список.....	7

## ВВЕДЕНИЕ

Психология бизнеса — новая область прикладной психологии, появление которой наблюдается во многих странах в связи с различными практическими задачами. В России психология также развивалась в тесной связи с требованиями практики. За время своего зарождения российский бизнес претерпел значительные изменения, он превратился в важный социальный институт, в котором растет осознание важности гуманистических принципов и ценностей как основы успеха.

### **1. Механизмы и способы восприятия, анализа сообщений в массовой коммуникации**

В самом общем виде СМК — это краткая информация о событии или явлении.

Общение определяется представлением о партнере, которое формируется в восприятии. В деловом общении вы должны

взаимодействовать с людьми, которых вы видите впервые, и с людьми, которые уже хорошо знакомы.

Восприятие ранее незнакомых людей и людей, с которыми у нас уже есть определенный опыт общения, основано на разных психологических механизмах. В первом случае восприятие основано на психологических механизмах межгруппового общения, во втором — на механизмах межличностного общения.

Психологические механизмы восприятия в межгрупповом общении включают процесс социального стереотипирования, суть которого состоит в том, что образ другого человека строится на основе определенных типовых схем. Под социальным стереотипом обычно понимается устойчивое представление о каких-либо явлениях или людях, характерное для представителей определенной социальной группы.

Среди различных методов исследования МК широко используется контент-анализ — это качественный и количественный метод анализа документов. Документы выделяются по следующим причинам:

- по способу фиксации информации: письменной, иконографической, фонетической, аудиовизуальной;
- для использования по назначению: естественно функционирующие и целевые;
- по статусу документального источника: официальный и неофициальный;
- по степени персонификации: личная и общественная;
- по источнику информации: первичный и вторичный.

Некоторые из основных типов анализа документов включают в себя:

- традиционный анализ — основан на обобщенном восприятии и интуитивном поиске информации, логических операциях анализа и синтеза, определения, оценки, понимания;
- формализованный анализ (контент-анализ, чек-лист-анкета) — перевод текстовой информации в количественные показатели;

- анализ дискурса — метод изучения текста в событийном аспекте.

Контент-анализ — междисциплинарный метод. Его содержание приобретает специфику в зависимости от области социальных наук, в которой он используется. Основными особенностями метода являются конкретный предмет исследования (документ) и метод его анализа (качественный и количественный).

Основным преимуществом является удобство работы с большими объемами данных одновременно, основная трудность — найти процедуры, с помощью которых можно найти соответствующие индикаторы изучаемых явлений и особенностей в тексте, измерить их и затем соответствующим образом интерпретировать.

Наиболее целесообразно использовать метод контент-анализа при следующих условиях:

- проверенные качественные характеристики однорядные и достаточно часто появляются в документах;
- материала исследования настолько много, что его невозможно включить без итоговой оценки, особенно если она носит бессистемный характер.

Метод позволяет идентифицировать, какие особенности имеют:

- а) коммуникатор (индивидуальный или групповой);
- б) получатель или, в случае рекламного звонка, целевая группа;
- в) объект сообщения;
- г) различные способы коммуникации, в том числе невербальные, а также особенности форм и способов содержания сообщений.

## **2. Проанализируйте информацию, увиденную в офисе. Кто в нем работает? Их должностное положение, пол, отношение к работе, деловые качества**

*Вы пришли в офис крупной фирмы. Сотрудников нет, они все на совещании. В комнате находятся три рабочих места. Первое: большой стол, перед ним кожаное кресло с пневмомеханизмом регулирования, на столе два монитора, стопка отчетов, папка с надписью «на подпись». Второе рабочее место: обычный офисный стол, на нем монитор, фотография детей, лак для ногтей, две скомканные бумаги, плюшевая игрушка, кружка с кофе, надкусанная шоколадка, зарядка для телефона. На стуле висит пиджак. Третье рабочее место: обычный офисный стол, на нем один монитор, ежедневник, пачка сигарет, зажигалка, капли от насморка, какие-то таблетки, носовой платок. Под столом большие мужские ботинки. На стуле теплый свитер.*

Анализ рабочих мест трех сотрудников офиса:

1. Перед нами руководитель отдела, мужчина, проводящий много времени за работой, уверенный в себе и своем профессионализме, но замкнутый.

2. Это женщина, креативная и творческая, азартная, но сентиментальная. Она человек «потока», которой безразлично мнение окружающих, важен личный комфорт и удобство.

3. Сотрудник — мужчина, склонный к доминированию, но не справляющийся с информационным потоком. Кроме того, он озабочен своим здоровьем, или имеет проблемы в этой сфере.

### **3. Перечислите и дайте характеристику четырем поколениям методик тайм-менеджмента по версии Стивена Кови**

Согласно книге Стивена Кови «Главное время – главным вещам», подходы к управлению временем можно разделить на четыре поколения:

1. Первое поколение ориентировано на напоминания и списки. При таком подходе управление временем полагалось исключительно на напоминания. Дела заносились в общий список по мере появления. Такой подход был эффективен долгое время, пока количество случаев было небольшим.

2. Второе поколение планирует и готовится. Благодаря календарю дело было привязано к будущему моменту. Так появилось предварительное планирование будущих событий. Также благодаря календарю люди начали выстраивать причинно-следственные связи между делами.

3. Третье поколение — о планировании, расстановке приоритетов и контроле. Практика показала, что можно работать продуктивно, но с людьми нужно действовать эффективно. Человеческий фактор стал препятствием для эффективности инструментов тайм-менеджмента.

4. Четвертое поколение основано на жизненных принципах и новом взгляде на жизнь в целом. Оно заменяет управление лидерством, транзакционные отношения на трансформационные. Существует золотой стандарт, который измеряет все, чтобы можно было расставить приоритеты, а не количество времени для его качества.

Каждое последующее поколение потребляет инструменты предыдущего. Таким образом, освоение тайм-менеджмента начинается с создания списков дел, а затем планирования и расстановки приоритетов.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В заключение следует отметить, что психология бизнеса возникла на стыке многих дисциплин под влиянием процессов социально-экономического развития общества.

Возникновение этого нового направления в психологической науке — реакция на множество проблем, с которыми сталкиваются малые и средние предприятия и требующие участия профессиональных психологов.

Развитие новых социально-экономических отношений в стране приводит к тому, что практическая психология активно включается в сферу бизнеса.

### Библиографический список

1. Аглямова Д.Н., Акобиршоев Х.Р., Ганиева А.М., Зыкова О.С., Исмагилова Р.Р., Сафина В.А., Хворостьева Е.В., Ходжиев П.Э. Методы и технологии современной бизнес-психологии // Экономика и бизнес: теория и практика. 2016. №9. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/metody-i-tehnologii-sovremennoy-biznes-psihologii> (дата обращения: 14.09.2021).

2. Ефимова, Н. С. Социальная психология : учебник для среднего профессионального образования / Н. С. Ефимова, А. В. Литвинова. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 442 с.

3. Иванова Наталья Львовна Бизнес-психология — современный ресурс развития организаций. Итоги конференции // Организационная психология. 2015. №4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/biznes-psihologiya-sovremennyyu-resurs-razvitiya-organizatsiy-itogi-konferentsii> (дата обращения: 14.09.2021).

4. 3. Крысько В. Г. Социальная психология. Курс лекций [Электронный ресурс]: Учебное пособие – М.: Вузовский учебник, 2017 - 256 с. – Режим доступа: [https://www.gumer.info/bibliotek\\_Buks/Pedagog/krysko2/index.php](https://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Pedagog/krysko2/index.php).

