

*Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:*

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/kurovaya-rabota/340163>

**Тип работы:** Курсовая работа

**Предмет:** Психология

## СОДЕРЖАНИЕ

### СОДЕРЖАНИЕ 1

#### ВВЕДЕНИЕ 3

#### ГЛАВА 1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПРИНЦИПЫ ТЕХНОЛОГИЙ ПСИХОЛОГИЧЕСКОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ 7

##### 1.1. Обзор технологий личного психологического воздействия 7

##### 1.2. Методы группового психологического воздействия 13

#### ГЛАВА 2 АНАЛИЗ СТЕПЕНИ ПРИМЕНЕНИЯ ТЕОРЕТИЧЕСКИХ ПРИНЦИПОВ ТЕХНОЛОГИЙ ВОЗДЕЙСТВИЯ НА КОЛЛЕКТИВ НА ПРИМЕРЕ АВИАКОМПАНИИ «СИБИРЬ» (ТОРГОВАЯ МАРКА S7) 23

##### 2.1. Авиакомпания Сибирь, ее история и особенности 23

##### 2.2. Методы исследования технологий психологического воздействия на трудовой коллектив на примере авиакомпании 24

##### 2.3. Исследование методов психологического воздействия в авиакомпании Сибирь 27

#### ГЛАВА 3 РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ПРИМЕНЕНИЮ ТЕОРЕТИЧЕСКИХ ПРИНЦИПОВ ТЕХНОЛОГИЙ ВОЗДЕЙСТВИЯ НА КОЛЛЕКТИВ 36

#### ЗАКЛЮЧЕНИЕ 38

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ 41

#### ПРИЛОЖЕНИЕ 1 43

#### ПРИЛОЖЕНИЕ 2 45

#### ПРИЛОЖЕНИЕ 3 47

#### ПРИЛОЖЕНИЕ 4 48

#### ПРИЛОЖЕНИЕ 5 49

#### ПРИЛОЖЕНИЕ 6 50

## ВВЕДЕНИЕ

Технологии психологического воздействия на трудовой коллектив являются одной из ключевых тем в современном менеджменте. Правильное использование таких технологий позволяет создать благоприятную атмосферу в коллективе, увеличить эффективность работы, повысить мотивацию сотрудников и улучшить их психологическое состояние. Одной из отраслей, где технологии психологического воздействия особенно важны, является сфера авиаперевозок.

В авиакомпании работают тысячи сотрудников различных профессий, и качество их работы прямо влияет на безопасность полетов и удовлетворенность пассажиров. При этом в работе авиакомпании существует ряд особенностей, которые требуют специфических подходов к психологическому воздействию на коллектив. Например, сотрудники авиакомпании испытывают высокий уровень стресса, связанного с ответственностью за безопасность пассажиров, частыми перелетами и сменами часовых поясов, а также с необходимостью быстрого и точного реагирования на нестандартные ситуации. Поэтому разработка и внедрение эффективных технологий психологического воздействия на трудовой коллектив в авиакомпании имеет огромное значение.

Актуальность темы:

В современном мире сотрудники предприятий и организаций сталкиваются с рядом трудностей, которые связаны не только с профессиональной деятельностью, но и с межличностными отношениями в коллективе. В условиях жесткой конкуренции на рынке труда, недостаточной мотивации и высокого уровня стресса, компании все чаще обращают внимание на психологический климат в коллективе.

Особенно это актуально для авиакомпаний, где безопасность пассажиров и экипажа напрямую зависит от профессионализма и эмоциональной устойчивости сотрудников. Современные технологии психологического воздействия на трудовой коллектив позволяют решать ряд задач, связанных с улучшением межличностных отношений, повышением мотивации, снижением уровня стресса и конфликтов. Также важным является применение методов психологического воздействия для повышения мотивации

сотрудников. Это может быть достигнуто с помощью установления четких целей, постановки задач, определения ответственности и вознаграждения за достижения.

Психологические методы также могут помочь руководству улучшить коммуникацию с сотрудниками, оценить их потребности и проблемы, и, как следствие, улучшить общий психологический климат в коллективе.

Помимо этого, авиакомпании сталкиваются с низкой лояльностью со стороны сотрудников, необходимостью сохранения высокого уровня безопасности и удержания квалифицированных специалистов в условиях жесткой конкуренции на рынке. В таких условиях необходимо использовать различные технологии и инструменты, которые помогут повысить эффективность и комфортность работы сотрудников.

Одним из таких инструментов являются технологии психологического воздействия, которые могут помочь улучшить психологический климат в коллективе, повысить мотивацию и продуктивность сотрудников, снизить уровень стресса и конфликтов.

Однако, применение таких технологий в авиакомпаниях требует особого подхода, учитывающего специфику отрасли и особенности работы на борту самолета. Важно также учитывать этические аспекты использования таких технологий, чтобы не нарушать права и свободы сотрудников.

В связи с этим, тема "Технологии психологического воздействия на трудовой коллектив на примере авиакомпании" является актуальной и востребованной в настоящее время. Исследование данной темы может помочь авиакомпаниям повысить эффективность работы своих сотрудников и улучшить психологический климат в коллективе.

Актуальность темы курсовой работы подтверждается тем, что, например одной из главных тем Национального проекта «Производительность труда» является повышение квалификации и эффективности управления среди работников организаций в каждом регионе России. На данный момент в проекте участвуют уже шесть региональных авиакомпаний.

Объектом исследования является персонал авиакомпании «Сибирь», работающей под брендом «S7 Airlines».

Предмет исследования – оценка технологий психологического воздействия на персонал авиакомпании.

Цель работы – представить предложения по совершенствованию технологий психологического воздействия на персонал авиакомпании «Сибирь».

Цели исследования:

Цель данной работы заключается в анализе технологий психологического воздействия на примере авиакомпании и оценке их эффективности в улучшении психологического состояния пассажиров.

Для достижения данной цели были поставлены следующие задачи:

- Изучить теоретические основы технологий психологического воздействия;
- Рассмотреть существующие технологии психологического воздействия, используемые в данной авиакомпании;
- Оценить эффективность этих технологий на основе данных исследования;
- Предложить с учетом проведенного анализа рекомендации для улучшения технологий психологического воздействия;

Технологии психологического воздействия на трудовой коллектив в авиакомпании могут быть эффективным способом создания благоприятной рабочей среды, улучшения межличностных отношений, увеличения производительности труда, повышения мотивации и уменьшения стресса. В свою очередь, это может привести к улучшению качества обслуживания пассажиров и повышению конкурентоспособности компании на рынке авиаперевозок.

Однако, необходимо учитывать этические аспекты использования таких технологий. Некоторые методы психологического воздействия могут быть неприемлемыми и нарушать права и свободы работников. Поэтому важно разработать эффективные, но и этически допустимые методы применения технологий психологического воздействия на трудовой коллектив в авиакомпании.

Таким образом, тема технологий психологического воздействия на трудовой коллектив на примере авиакомпании является актуальной и важной для современного бизнеса. Эта тема может быть интересна как для специалистов по управлению персоналом и организационной психологии, так и для менеджеров авиакомпаний, которые стремятся повысить эффективность и конкурентоспособность своей компании.

## ГЛАВА 1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПРИНЦИПЫ ТЕХНОЛОГИЙ ПСИХОЛОГИЧЕСКОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ

### 1.1. Обзор технологий личного психологического воздействия

Одним из главных ресурсов любого предприятия, а также важнейшим фактором успеха является его персонал. Но если раньше даже слабая компания с плохими сотрудниками могла продолжать существовать и не разоряться, то теперь все изменилось. В настоящей экономической ситуации ясно, что битва за

выживание на рынке между компаниями, которые производят похожие товары или услуги, перенеслась на сферу человеческих технологий. Это значит, что борьба за успех стала зависеть от того, кто имеет наиболее подготовленных и обученных сотрудников, чей коллектив более сложен, а значит сможет решить более сложные и нетривиальные задачи. Последние 15–20 лет «человеческий ресурс» стал основным ресурсом для улучшения эффективности современных организаций. Компании понимают, что сотрудники — это очень важный объект инвестиций, даже более важный, чем заводы, оборудование и технологии. Управление персоналом — это работа, которая в том числе помогает людям на предприятии адаптироваться к изменениям внешних условий. Есть три фактора, которые влияют на людей на предприятии: иерархическая структура, культура и рынок. Они влияют на людей по-разному, и в зависимости от того, какой фактор имеет приоритет, экономическая ситуация на предприятии может быть разной. Способы психологического воздействия на людей — это один из главных элементов управления персоналом, и они помогают людям работать вместе.

Основным фактором, который влияет на людей друг на друга, является совместная групповая деятельность. Все психологические механизмы воздействия между людьми происходят через эту деятельность. Воздействие, которое происходит через использование знаков, механизмы идентификации и рефлексии, происходит в ходе этой деятельности, включая производственную. Характеристики деятельности определяют содержание воздействия.

Технологии психологического воздействия играют важную роль в современном управлении, представляя собой неотъемлемую часть психологических методов воздействия на подчиненных. Они включают в себя не только необходимые, но и разрешенные законодательно приемы, которые позволяют эффективно координировать действия персонала при выполнении совместных производственных задач. Ведь для успешной работы коллектива необходимо не только профессиональное мастерство каждого сотрудника, но и умение работать в команде, адаптироваться к изменениям в работе и управлять своими эмоциями. В этом контексте технологии психологического воздействия позволяют создавать благоприятный психологический климат в коллективе, повышать мотивацию и улучшать коммуникацию между сотрудниками. Они также помогают руководству компании эффективно решать конфликтные ситуации и принимать решения на основе анализа психологических аспектов.

В целом, использование технологий психологического воздействия в трудовом коллективе имеет большое значение для достижения оптимальных результатов в работе, улучшения качества труда и повышения конкурентоспособности компании в целом. Технологии психологического воздействия должны быть разрешены законодательно.

К личным технологиям психологического воздействия, которые используются в отношении к подчиненным, можно отнести как позитивные, так и негативные технологии. Позитивные технологии включают такие, как например заражение, убеждение, вовлечение, внушение, подражание и побуждение. Однако руководители в управлении также часто применяют негативные технологии, такие как принуждение, осуждение, требование и запрещение. Кроме того, они могут порицать, намекать, делать комплименты, хвалить и просить. Если эти технологии используются правильно, работники проявляют большую продуктивность и эффективность деятельности. Рассмотрим эти технологии подробнее.

Заражение — это техника, когда человек осознанно или бессознательно принимает эмоциональное состояние других людей. Оно передается через массу людей, поэтому эмоциональное воздействие усиливается. Люди не ощущают организованного давления, но подражают поведению других. Это происходит не только через слова, но и через восклицания, ритмы и другие средства.

Внушение — это техника целенаправленного психологического воздействия на личность человека. При этом человек получает информацию, но не может ее критически оценить. Это происходит из-за воздействия на эмоции и волю, а не на логику и рассуждения. Когда человек поддается внушению, он не обязательно согласен с тем, что ему говорят, просто принимает информацию без вопросов. При применении внушения один человек или группа активно воздействуют на другого человека, обычно через слова. Дети и люди, которые устали или ослаблены, подвержены внушению больше, чем здоровые и бодрые люди. Исследования показали, что для эффективного внушения необходим авторитетный человек, который вызывает доверие у других. Этот авторитетный человек создает у людей уверенность в том, что он знает, о чем говорит. Кроме того, предшествующее социальное окружение может также влиять на внушение. Руководитель осуществляет внушение, обращаясь к ожиданиям коллектива и формулирует мотивы, побуждающие к труду. Эта технология может вызвать у подчиненного человека определенное состояние чувств, способствующее совершению необходимого поступка. Однако на практике встречается и негативная форма внушения, которую не рекомендуется применять в управлении. Она предполагает

навязывание сотруднику строго определенных форм поведения, зачастую нарушающих нормы морали. Убеждение — это когда пытаются убедить кого-то в чем-то, используя логические аргументы, в отличие от внушения обращаясь именно к сознанию. Цель — добиться согласия человека, который слушает информацию. При убеждении человек, который слушает, самостоятельно делает выводы. Убеждение в основном основано на разумном воздействии.

Убеждение на производстве состоит в том, что руководитель дает аргументы и объясняет логически, чтобы подчиненный понял, почему нужно сделать то или иное дело. Это помогает менее конфликтно, а значит более эффективно достигать целей, устранять психологические барьеры и нивелировать конфликты в коллективе.

Подражание — это когда руководитель показывает личный пример и его поведение становится ориентиром для членов трудового коллектива.

Существует несколько видов подражания: логическое и нелогическое, внутреннее и внешнее, подражание-мода и подражание-обычай. Их анализ позволяет выделить законы подражания, например подражание начинается с внутреннего желания, а затем переходит на внешний уровень, и люди чаще подражают персонам, которые обладают более высоким статусом и социальным положением.

Взрослые обычно подражают, когда не могут использовать другие методы, чтобы овладеть новым действием. Такое подражание часто является элементарным и используется для освоения навыков или профессиональных действий.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Алехина О.Е. Стимулирование развития работников организации. / О.Е. Алехина //Управление персоналом. - 2016. - № 1. - С.50 – 52
2. Андреева Г.М. Социальная психология. / Г.М. Андреева - М., 2007.
3. Бачков И. В. Основы технологии группового тренинга. Психотехники: Учеб. пособие. / И.В. Бачков - М., 2005
4. Безуглов А. Г. Психология личности: культурно-историческое понимание развития человека : Учеб. для студ. вузов, / А. Г. Безуглов. - 3-е изд., испр. и доп. - М. : Смысл: AcademiA, 2007. - 526 с. - (Психология для студента). 2003, 2004, 2005
5. Борн. Психология : Энцикл. словарь / пер. В. А. Бачинин. - СПб. : Изд-во Михайлова В.А., 2005. - 271 с
6. Буль П.И. Гипноз и внушение. / П.И. Буль - Л., 1976.
7. Бухалков М.И. Управление персоналом на предприятии / М.И. Бухалков, Н.М. Кузьмина, О.А. Бабордина - СПб.: Экзамен, 2007. - 368 с.
8. Волинский-Басманов Ю.М., Волинский В.Ю. и др. Профай-линг. Технология предотвращения противоправных действий: Учеб. пособие. М.: ЮНИТИ, 2010;
9. Грачев М.В. Суперкадры: Управление персоналом в международной корпорации. / М.В. Грачев - М., 1993
10. Дейнека А.В. Современные тенденции в управлении персоналом. / А.В. Дейнека, Б.М. Жуков - М.: Академия Естествознания, 2012. - 403 с.
11. Добролюбов Е.А. Система материального и нематериального стимулирования (мотивации) персонала/ Е.А. Добролюбов // Банковские технологии. - 2017. - № 3. - С.41 - 44.
12. Егоршин А.П. Управление персоналом. / А.П. Егоршин - Н. Новгород, 1997.
13. Зазыкин В.Г. Психологические воздействия в деловом общении. М., 1998.
14. Ильина Е. Н. Менеджмент транспортных услуг: Индустрия авиаперевозок: учебник / Е. Н. Ильина.— М. :Советский спорт, 2005.— 176 с.
15. Ковалев А. И. Маркетинговый анализ / А. И. Ковалев, В. В. Войленко. — М. : ЗАО «Центр экономики и маркетинга». — 2000. — 255 с.
16. Красовский Ю.Д. Управление поведением в фирме. / Ю.Д. Красовский-М., 2015. - 238 с.
17. Линецкий М.Л. Внушение и мы. / М.Л. Линецкий - М., 1983.
18. Марьин М. И., Психологическое обеспечение антитеррористической деятельности./ М.И. Марьин, Ю.Г. Касперович - М.: Изд. центр «Академия», 2007.
19. Мирошников А. В. Основы маркетинга в сфере пассажирских перевозок / А. В. Мирошников. — К. : НАУ, 2004. — 195 с.
20. Митрофанова Е.А., Управление персоналом: теория и практика. Организация обучения и дополнительное профессиональное образование персонала. /Е.А. Митрофанова, В.М. Свистунов, Е.В. Каштанова - М.: Проспект, 2015. - 72 с.

21. Оганесян Н.Т. Методы активного социально-психологического обучения: тренинги, дискуссии, игры. / Н.Т. Оганесян - М., 2005.
22. Ольшанский В.Б. Межличностные отношения // Социальная психология / В.Б. Ольшанский - М., 1975.
23. Папонова Н.Е. Какой может и должна быть мотивация работников / Н.Е. Папонова // Кадры предприятия. - 2003. - № 8. - С. 43-47/
24. Парыгин Б. Д. Социально-психологический климат трудового коллектива / Б. Д. Парыгин. — Л.: Наука, 1981. — 36 с.
25. Семина А.П. Методы обучения и развития персонала на авиационных предприятиях / А.П. Семина // Гагаринские Чтения-2018. - М.: Московский авиационный институт (национальный исследовательский университет), 2018. - С. 150-151.

*Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:*

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/kurovaya-rabota/340163>