

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
ГЛАВА I. ТУРИЗМ КАК СФЕРА ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ.....	5
1.1. Понятие «деловое и профессиональное общение в сфере туризма».....	5
1.2. Потребности туристской индустрии в развитии профессионального и делового общения.....	14
<i>Контрольные вопросы</i>	16
<i>Практические задания</i>	16
Темы <i>рефератов</i>	16
<i>Литература</i>	16
ГЛАВА II. ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ КОММУНИКАЦИИ, СТРУКТУРА И МЕХАНИЗМЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО И ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ СФЕРЫ ТУРИЗМА.....	17
2.1. Виды организационных коммуникаций на предприятиях сферы туризма.....	17
2.2. Структура профессионального и делового общения в сфере туризма.....	19
2.3. Функциональная характеристика профессионального и делового общения в сфере туризма.....	25
2.4. Модели переговоров как формы делового общения в сфере туризма.....	30
2.5. Стратегия и тактика ведения переговоров в сфере туризма.....	33
<i>Контрольные вопросы</i>	52
<i>Практические задания</i>	53
Темы <i>рефератов</i>	53
<i>Литература</i>	53
ГЛАВА III. СУБЪЕКТЫ И ОБЪЕКТЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО И ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ В СФЕРЕ ТУРИЗМА.....	55
3.1. Понятия «субъект» и «объект» профессионального и делового общения в сфере туризма.....	55
3.2. Функциональная готовность работников туристских предприятий к эффективному профессиональному и деловому общению.....	56
3.3. Психологические детерминанты осознанного поведения клиентов туристских предприятий в ходе делового общения.....	60
Мотивационно-целевая направленность.....	61
Воля.....	67
Чувства.....	68
Познавательная сфера личности потребителя продукта турпредприятия.....	69
Накопленный личный опыт (операционально-практический компонент).....	86
3.4. Неосознанные регуляторы поведения потребителей продуктов турпредприятий в ходе делового общения.....	88
Природно обусловленные и переданные по наследству базовые побудители деятельности.....	93
Бессознательные и подсознательные регуляторы выбора целей, поведенческих реакций, способов действий и принятия решений.....	94
Инстинктивные влечения, вытесненные переживания и воспоминания, подсознательные запреты, подавленные желания.....	94
Комплексы.....	94
Переживания, которые испытал человек во время рождения.....	95
Наследуемые предрасположенности к определенным жизненным проблемам.....	96
Система психологической защиты.....	96
Эмоциональные состояния (аффекты, страсти, эмоции, настроение, стресс).....	99
Биологические регуляторы активности и эмоциональности (темперамент— психофизиологический фундамент личности).....	107
3.5. Влияние тендерных, этнических, возрастных и характерологических особенностей на поведение людей в ходе профессионального и делового общения.....	108
3.6. Характерные черты современного потребителя туруслуг.....	123

3.7. Коллектив турпредприятия как объект управления в ходе профессионального общения менеджера	126
3.8. Организация изучения психологических особенностей работников турпредприятий и потребителей туруслуг.....	147
<i>Контрольные вопросы</i>	163
<i>Практические задания</i>	164
<i>Темы рефератов</i>	164
<i>Литература</i>	165
ГЛАВА IV. ЖИЗНЕДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ ТУРИНДУСТРИИ КАК ПРЕДМЕТ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБЩЕНИЯ РАБОТНИКОВ.....	167
4.1. Предназначение и функциональное строение предприятий туриндустрии	167
4.2. Корпоративная культура предприятия туристской отрасли	181
4.3. Основные законы функционирования и развития предприятий сферы туризма	186
4.4. Стратегии развития предприятий туристской сферы	193
4.5. Система управления предприятием туриндустрии	202
4.6. Управленческая деятельность менеджеров турпредприятия	209
<i>Контрольные вопросы</i>	213
<i>Практические задания</i>	214
<i>Темы рефератов</i>	214
<i>Литература</i>	215
ГЛАВА V. ПЕДАГОГИЧЕСКОЕ ОБЩЕНИЕ КАК ФОРМА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБЩЕНИЯ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СОТРУДНИКОВ ПРЕДПРИЯТИЯ ТУРИСТСКОЙ ОТРАСЛИ.....	219
5.1. Сущность и характерные черты педагогического общения в деятельности менеджеров турпредприятий.....	219
5.2. Организация общения при обучении и переподготовке сотрудников предприятия туристской сферы	228
5.3. Особенности профессионального общения в ходе воспитания сотрудников турпредприятия	238
<i>Контрольные вопросы</i>	265
<i>Практические задания</i>	265
<i>Темы рефератов</i>	266
<i>Литература</i>	266
ПРИЛОЖЕНИЯ.....	267
Приложение 1. Психометрические типы личности и рекомендации по общению с ними	267
Приложение 2. Предмет особого внимания при проведении диагностической беседы с работником.....	272
Приложение 3. Рекомендации менеджеру при подготовке к использованию вербальных методов убеждающего воздействия на работника.....	275
Приложение 4. Тренинг делового общения	276

В учебном пособии с системных позиций освещаются вопросы, связанные с раскрытием психологических механизмов эффективного профессионального и делового общения в сфере туризма, особенностей поведения человека в различных ситуациях решения деловых вопросов, показом продуктивных способов влияния на партнеров по общению. В основу учебного материала положены выводы и рекомендации сделанные на основе достижений психологической, педагогической и управленческой наук.

Учебное пособие предназначено для студентов и преподавателей вузов, осуществляющих подготовку специалистов для туристской отрасли, а также для специалистов, работающих в туристской отрасли.