



**СИЛАБУС  
НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

**«Комунікативний менеджмент»**

<b>Ступінь вищої освіти</b>	<i>Магістр</i>
<b>Освітньо-професійна програма</b>	<i>«Менеджмент організацій»</i>
<b>Факультет</b>	<i>Економічний</i>
<b>Кафедра</b>	<i>Менеджменту</i>
<b>Семестр</b>	<i>II</i>
<b>Кількість кредитів</b>	<i>3</i>
<b>Мова викладання</b>	<i>українська</i>

<b>Викладач</b>	<i>к.п.н., доц. Коробович Людмила Петрівна</i>
<b>Контактна інформація</b>	<i>korobovych@gmail.com</i>

**ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ ПРО ДИСЦИПЛІНУ**

<b>Анотація</b>	<p>У дисципліні викладено матеріал в процесі вивчення якого студент оволодіє методами управління інформаційною взаємодією в різних сферах предметної діяльності ,вивчить основні задачі, функції та методи комунікативного менеджменту, оволодіє методами організації проведення комунікаційних досліджень; досліджень механізмів реалізації комунікативної політики організації. Вивчення навчального матеріалу дисципліни сприятиме підвищенню рівня підготовки спеціалістів галузі менеджменту організацій, формуванню в них навичок самостійного науково-аналітичного опрацювання відповідних питань.</p>
<b>Мета та цілі</b>	<p>Мета навчальної дисципліни у формування у студентів цілісного уявлення щодо сутності комунікативного менеджменту як універсальної діяльності з вивчення, проектування, формування та розвитку комунікаційних систем (організації, проекту, бренда, особистості), концепції управління змінами за допомогою комунікаційних моделей, інструментів, технологій, методологій та методики проведення досліджень в сфері управління комунікаціями.</p>
<b>Результати навчання</b>	<p>Знати і розуміти процес прийняття управлінських рішень з урахуванням знань основ теорії і практики комунікативного менеджменту , адекватно розподіляти часові ресурси міжособистісної і професійної взаємодії; використовувати отримані знання для подальшого саморозвитку. приймати управлінські рішення з метою підвищення комунікаційної ефективності організації;-організувати та проводити за відповідними методиками комунікаційні дослідження;-розробляти стратегію та тактику діяльності фірми в сфері комунікативного менеджменту . структурувати завдання відповідно до чисельності та кваліфікації виконавців, визначити черговість робіт, розраховувати термін їх виконання; з урахуванням ділових та особистісних рис добирати виконавців, розподіляти завдання; здійснювати делегування; визначати та оцінювати ефективність менеджменту.</p>

<b>Соціально-психологічні аспекти професійної компетентності (Soft skills)</b>	Під час вивчення дисципліни студент отримує можливість формувати та розвивати soft skills - соціально-психологічні аспекти професійної компетентності: навички комунікації, вміння злагоджувати конфлікти, здатність брати на себе відповідальність і працювати в критичних умовах, вміння вирішувати конфліктні ситуації, розуміння важливості зворотного зв'язку / допомоги від колег, здатність логічно і системно мислити, креативність та інше.
<b>Пререквізити</b>	Базові знання з дисциплін: «Соціологія», «Менеджмент», «Теорія організації», «Психологія», «Організація діловодства на підприємстві»..

## **СТРУКТУРА ДИСЦИПЛІНИ**

<b>Тема</b>	<b>План, короткі тези</b>	<b>Завдання</b>
<b>1. Комунікативний менеджмент: основні положення і базові характеристики</b>	Комунікативний менеджмент як теорія і практика управління соціальними комунікаціями організації. Завдання комунікативного менеджменту і напрями комунікативного менеджменту. Комунікації як предмет комунікативного менеджменту. Критерії вибору правильних комунікативних систем. Об'єкти і суб'єкти комунікативного менеджменту	Тести, питання
<b>2 Стратегія комунікативного менеджменту</b>	Стратегія комунікативного менеджменту: поняття, складові та цілі. Дослідження мікро- і макросередовища організації. Цільова аудиторія: сутність поняття та типологія. Внутрішні чинники вибору типу комунікаційної стратегії. Комунікативний аудит. Напрями діяльності організації при визначенні стратегії комунікативного менеджменту. Вибір моделі стратегії комунікативного менеджменту. Моделі ,стратегії ,матриця комунікативного менеджменту.	Тести, кейси
<b>3 Технології і інструменти комунікативного менеджменту.</b>	Зв'язки з громадськістю (public relations).Зв'язки з акціонерами, інвесторами і партнерами (investor relations).Зв'язки із засобами масової інформації (media relations).	Кейси, тести
<b>4 Ділова комунікація як значущий засіб забезпечення цілісності і функціонування організації.</b>	Роль комунікації в управлінні організацією. Комунікація і інформація. Ділова комунікація: сутність і зміст. Підходи до розуміння сутності ділової комунікації. Цілі і функції комунікації в організації. Комунікаційна функція керівника організації.	Кейси, практичні завдання
<b>5. Форми ділової комунікації в комунікативному менеджменті</b>	Класифікація форм ділової комунікації: наради, офіційні і протокольні заходи, зустрічі ,прийоми, бесіди, виступи, письмові документи .Діалог і дискусія як найбільш загальна форма ділових комунікацій. Різновиди діалогу. Інші форми ділових комунікацій: прес-конференція, брифінг, презентація, прийом з особистих питань .Форми взаємодії в діловому спілкуванні. Ділові переговори як основна форма ділової комунікації.	Кейси, тести
<b>6 Типологія ділових комунікацій</b>	Поняття організаційних комунікацій. Види комунікацій в організації .Внутрішньоорганізаційні комунікації: зміст поняття,цілі і завдання. Класифікація внутрішньоорганізаційних комунікацій: за характером; за формою спілкування; за ознакою етапу організаційного функціонування; за змістом; з точки зору просторового розташування каналів; за спрямованістю; за ознакою каналу спілкування; комунікації типу: «керівник – підлеглий», «керівник – керівник», «керівник - робоча група».	Кейси, практичні завдання
<b>7. Основні проблеми комунікацій в</b>	Міфи ділової комунікації .Зміст бар'єрів ділової комунікації в організації. Типологія бар'єрів ділової комунікації: мікробар'єри і	Кейси, тести

<b>організації</b>	макробар'єри .Причини бар'єрів комунікації: чинники ініціатора комунікації і чинники одержувача інформації	
<b>8. Ефективні ділові комунікації</b>	Чинники формування ефективних ділових комунікацій. Кризові комунікації в організації: цілі, причини, об'єкти, класифікації. Комунікаційні стилі ефективного ділового спілкування.	Кейси, тести

## **ЛІТЕРАТУРА ТА НАВЧАЛЬНІ МАТЕРІАЛИ**

1. Почепцов Г. Теория коммуникации. М.: Рефл-Бук, К.: Ваклер, 2001.
2. Зверинцев А.Б. Коммуникационный менеджмент. Рабочая книга менеджера PR: электронная книга
3. Рева В.Е. Коммуникационный менеджмент. – Изд-во ПГУ, 2003.
4. Федотова М.Г. Коммуникационный менеджмент: учебное пособие. – Омск: Изд-во ОмГТУ, 2006.
5. Анопченко Т., Болошин Г. и др. Коммуникационный менеджмент. Этика и культура управления. – М.: Феникс, 2010 – 384 с.
6. Колесников А. Презентация как важнейший инструмент построения и развития партнерских сетей на рынке В-2-В // Реклама. Теория и практика. – 2007. – №3.
7. Орлов А.С. Введение в коммуникационный менеджмент: учебное пособие: [для студентов вузов] / А.С. Орлов. – Москва: Гардарики, 2005.
8. Соловьева Е. Применение методов интегрированных маркетинговых коммуникаций при разработке и проведении маркетинговых мероприятий // Маркетинг и маркетинговые исследования. 2006. № 6.
9. Ульяновский А.В. Маркетинговые коммуникации: 28 инструментов миллениума. – М.: Эксмо, 2008.
10. Шавкун І.Г. Етика організаційних комунікацій // Збірник наукових праць за матеріалами науково-практичної конференції «Наукові дослідження і їх практичне застосування. Сучасний стан і шляхи розвитку '2010». Том 17. Філософія і філологія. – Одеса, 2010. – С.17–18.
11. Шавкун І.Г. Бізнес-комунікація як тип соціального зв'язку // Збірник матеріалів Всеукраїнської науково-практичної конференції «Проблеми управління економічним потенціалом регіонів». – Запоріжжя: ЗНУ, 2010. – С. 274–276.
12. Шавкун І.Г. Сутність та атрибути комунікації в умовах глобалізації // Гілея: науковий Вісник // Збірник наукових праць. – К.: ВІР УАН, 2010. – Вип. 35. – С. 260–268.
13. Шарков Ф.И. Коммуникология. Коммуникационный консалтинг. – М.: Дашков и Ко, 2010. – 508 с.

## **ПОЛІТИКА ОЦІНЮВАННЯ**

<b>Загальна політика</b>	Здобувач освіти зобов'язаний відвідувати всі заняття згідно з розкладом, не спізнюватися. Дотримуватися етики поведінки. Працювати з навчальною літературою, з літературою на електронних носіях і в Інтернеті. При пропуску лекційних занять проводиться усна співбесіда за темою. Відпрацьовувати практичні заняття. Виконати індивідуальне завдання.
<b>Політика щодо дедлайнів та перекладання</b>	Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку.
<b>Політика щодо академічної доброчесності</b>	Усі письмові роботи перевіряються на наявність плагіату і допускаються до захисту із коректними текстовими запозиченнями не більше 20%. Списування під час контрольних робіт та екзаменів заборонені (в т.ч. із використанням мобільних девайсів). Мобільні пристрої дозволяється використовувати лише під час он-лайн тестування.

## **ОЦІНЮВАННЯ**

### **Нарахування балів**

<b>Види оцінювання</b>	<b>Бали</b>
Змістовий модуль 1 (теми 1-4)	20
Змістовий модуль 2 (теми 5-8)	20
Індивідуальна науково-дослідна робота	20
Підсумковий контроль (теми 1-8)– іспит	40

**Розподіл балів для оцінювання успішності студентів**

<b>Сума балів за всі види навчальної діяльності</b>	<b>Оцінка ECTS</b>	<b>Оцінка за національною шкалою</b>
90-100	A	відмінно
82-89	B	добре
74-81	C	
64-73	D	задовільно
60-63	E	
35-59	FX	незадовільно з можливістю повторного складання
0-34	F	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни