

КИЇВСЬКИЙ
НАЦІОНАЛЬНИЙ
ТОРГОВЕЛЬНО-
ЕКОНОМІЧНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ

ХАРКІВСЬКИЙ
ТОРГОВЕЛЬНО-
ЕКОНОМІЧНИЙ ІНСТИТУТ
КНТЕУ

КОМУНІКАТИВНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ

Communicative management

Ступінь вищої освіти	Бакалавр
Навчальний рік	2021/2022
З якого курсу викладається	2-4
В якому семестрі (-ах) викладається	4-7
Обсяг дисципліни (годин / ECTS)	180/6
Тижневе навантаження	4 години
Мова викладання	Українська
Статус дисципліни	Вибіркова

Інформація про викладача

Прізвище, ім'я та по батькові	Буднік Марина Миколаївна
Науковий ступінь, вчене звання	Кандидат економічних наук, доцент
Кафедра	Кафедра маркетингу, менеджменту та торговельного підприємництва
Посада	Доцент
Профіль викладача	Google Scholar / ORCID
Контактна інформація	m.budnik (@knute.edu.ua)

Анотація

Дисципліна «Комунікативний менеджмент» призначена для вивчення теоретичних основ та набуття практичних навичок з питань функціонування системи HR-менеджменту підприємств. В процесі вивчення матеріалу має бути сформоване сучасне економічне мислення та система спеціальних знань у галузі ефективного управління персоналом підприємства в умовах ринкової економіки, а також будуть здобуті необхідні практичні навички, що дозволять ефективно здійснювати цю діяльність на підприємствах.

Мета дисципліни

Формування загальних та професійних компетентностей з питань комунікацій в менеджменті, оволодіння практичними навичками організації ділових зустрічей, ведення переговорів, службового спілкування, вмінням формувати імідж ділової людини.

У результаті вивчення дисципліни студент буде

знати:

- теоретичні аспекти ефективної комунікації, роль комунікацій в менеджменті;
- загальні закономірності та методи організації комунікативного процесу;
- основні моделі управлінської роботи з персоналом в кризових і конфліктних ситуаціях;
- труднощі комунікації та основні групи помилок комунікацій, методи комунікативного управлінського впливу
- психологічні основи ефективного ділового спілкування;
- PR як особливий вид комунікативної політики в організаціях;

вміти:

- правильно говорити, слухати та сприймати повідомлення;
- підготувати та вести переговорний процесу з використанням мистецтва впливу;
- вибирати адекватну стратегію, методи і технологію ефективного впливу на конкретний соціальний конфлікт;
- проводити бізнес-тренінги;
- використовувати PR при формуванні комунікативної політики.

Передумови вивчення дисципліни

Дисципліна «Комунікативний менеджмент» спирається на теоретичні і практичні знання, що були сформовані при вивченні таких дисциплін: «Психологія», «Соціологія», «Культурологія», «Менеджмент», «Маркетинг».

Програма дисципліни

Тема 1. Комунікативний менеджмент: специфіка, структура і основні сфери використання

Визначення «комунікативний менеджмент». Зміст управління. Ціннісні пріоритети і функції управління. Управління і керівництво. Типологія управління. Основні принципи управління, їх класифікація. Теорія менеджменту, її виникнення і розвиток. Сучасні концепції менеджменту, основні поняття і категорії, підходи і інтерпретації. Специфіка комунікаційного менеджменту, його суть, сфера застосування, характеристика основних учасників. Комунікативний менеджмент як обов'язковий компонент суспільного життя. Предмет, основні функції і цілі комунікаційного менеджменту. Принципи діяльності фахівця із зв'язків з громадськістю в управлінні комунікаціями. Прикладна спрямованість комунікативного менеджменту.

Тема 2. Комунікативний менеджмент як процес: постановка мети, збір, аналіз і обробка інформації.

Поняття «інформація» і «управління». Комунікації як об'єкт управління. Управлінська інформація – стратегічний ресурс організаційного середовища. Зміст і специфіка інформаційної діяльності в державних, комерційних, фінансових і суспільних організаціях. Класифікація комунікативних процесів. Комунікативний процес і інформаційні технології. Комунікаційна підтримка бізнесу і політики. Прийоми і методи обробки управлінської інформації. Комунікативний менеджмент як процес: постановка мети; збір, аналіз і обробка управлінської інформації, виявлення альтернатив за рішенням цілей. Збір і аналіз інформації за попередніми підсумками роботи по реалізації рішень і планів. Формування бюджету інформаційної компанії, оцінка її ефективності і результату. Типологія регіональних і муніципальних інформаційних систем в системі органів державної влади і управління. Інформаційно-аналітичні центри і їх роль в процесі ухвалення управлінських рішень. Засоби задоволення потреб громадян в управлінській інформації.

Тема 3. Механізми управління комунікаціями

Механізми управління комунікаціями. Комунікаційне поле менеджера. Основні комунікаційні ролі і навички менеджера. Мистецтво ділового спілкування. Психологічні основи ефективного спілкування. Мистецтво впливу.

Тема 4. Особливості управління інформаційними потоками всередині фірми

Поняття і типологія організацій. Зв'язки з громадськістю як багатоканальна комунікативна система. Спілкування як базове поняття комунікативного менеджменту. Види публічного спілкування. Основні види комунікації. Особливості міжособових, спеціалізованих (ділових) і масових комунікацій. PR як особливий вид комунікативної політики в організаціях. Поняття про усну, друкарську, аудіовізуальну комунікацію. Форми вербальної (усної і письмової) комунікації. Особливості комунікативного менеджменту при підборі і прийомі кадрів і їх адаптації. Проблеми підвищення кваліфікації і перепідготовки кадрів, якість і ефективність їх роботи. Організація комунікацій при просуванні співробітників по службі або їх звільненню. Ефективність внутрішньоорганізаційної комунікації. Методи інформування, переконання, навіювання. Засоби і методи внутрішньоорганізаційної комунікації.

Тема 5. Робота з персоналом в кризових ситуаціях

Поняття «криза», «конфлікт», «ризик». Типологія організаційних криз і конфліктів. Основні напрями діяльності фахівців з комунікаційного менеджменту в кризових і конфліктних ситуаціях. Упередження і вирішення публічних конфліктів. Типологія кризових ситуацій. Методи антикризового управління: комунікативний, соціально-психологічний, організаційний. Управління комунікативним процесом при вирішенні конфліктів в робочих колективах.

Тема 6. Комунікативний процес у зовнішній сфері організації

Характеристика клієнтів, конкурентів, інвесторів як значущих цільових груп громадськості. Їх функції, цілі і завдання в сучасному бізнесі. Надання інформаційних послуг клієнтам і інвесторам. Моніторинг клієнтської бази і інформації, що надається ними. Роль комунікативного менеджменту в управлінській та маркетинговій політиці підприємства. ЗМІ як канал зв'язків з клієнтами, інвесторами і іншими групами суспільства. Місце і роль засобів масової інформації в соціальних комунікаціях. Зміст, функції і принципи діяльності. Форми подачі матеріалів в пресі і електронних ЗМІ, використання контрреклами і чуток в боротьбі з конкурентами. Проблеми маніпуляції, дезінформації, інформаційного вакууму в роботі із споживчою аудиторією. Боротьба із чутками. Види інформаційних матеріалів, що надаються організацією для безпосередньої комунікації з клієнтами і інвесторами. Переговори, приватні бесіди, форуми, ділові зустрічі і їх використання в комунікативному менеджменті.

Тема 7. Завдання комунікативного менеджменту у формуванні місії та корпоративної культури

Культура управлінського спілкування. Основні моделі управлінської роботи з персоналом в кризових і конфліктних ситуаціях: адміністративно-управлінська, ділова, службово-товариська. Авторитет і престиж менеджера. Поняття місії, корпоративної культури і фірмового стилю організації. Формування і зміна цінностей корпоративної культури. Типи корпоративної культури, її структура і відмінності від організаційної культури. Комунікативні технології, прийоми і методи формування ефективної корпоративної культури. Комунікативні процеси формування позитивної суспільної репутації організації. Сегментація споживачів і вибір цільового ринку як стратегічне завдання комунікативного менеджменту. Комунікативний аудит і комунікаційний менеджмент. Глобалізація і сучасні завдання комунікаційного менеджменту.

Особливості та політики дисципліни

У процесі опанування матеріалу здобувачам пропонується тренінгова програма з комунікаційного менеджменту для бізнесу, що дозволяє опанувати практичні методи ефективної комунікації.

В дисципліні розглядається велика кількість ситуаційних моделей комунікацій на підприємстві, що дозволяє сформувати систему спеціальних знань у галузі комунікаційного менеджменту, здобути необхідні практичні навички.

Освоєння дисципліни передбачає відвідування лекцій і практичних занять, а також самостійну роботу. Самостійна робота включає в себе теоретичне вивчення питань, що стосуються тем лекційних занять, що не ввійшли в теоретичний курс, або ж були розглянуті коротко, їх поглиблена проробка за рекомендованою літературою. Усі завдання, передбачені програмою, мають бути виконані у встановлений термін. Якщо здобувач вищої освіти відсутній на занятті, він презентує виконані завдання під час наступних практичних (семінарських) занять та обов'язково відправляє завдання в систему дистанційного навчання на оцінювання викладачу.

З метою набуття здобувачами вищої освіти практичних навичок з окремих методів комунікаційного менеджменту на підприємстві можуть бути залучені фахівці, підприємці галузі та/або науковці в форматі ділової зустрічі, бізнес-лекції, майстер-класу.

Форми та методи оцінювання

Оцінювання результатів навчання студентів здійснюється за 100-баловою шкалою та шкалою ЄКТС відповідно до діючого [Положення про оцінювання результатів навчання студентів](#).

Поточний контроль (60 балів): 1) опрацювання лекційного матеріалу з відповідями на питання до лекцій, проходження тестування до тем; 2) виконання практичних та ситуаційних завдань до тем дисципліни, наведених на Порталі освітніх ресурсів та інформаційної підтримки освітнього процесу Інституту (<http://beta-edu.htei.kh.ua/moodle/course/view.php?id=4093>).

Підсумковий семестровий контроль (40 балів): письмовий екзамен. Структура екзаменаційного білету: завдання на оцінювання теоретичних знань (комп'ютерне тестування); завдання на оцінювання практичних навичок (аналітичне завдання); завдання на оцінювання професійних вмінь (ситуаційне завдання).

Умовою допуску до підсумкового семестрового контролю є виконання програми навчальної дисципліни і отримання оцінки за виконання завдань поточного контролю не менше ніж 36 балів. Мінімальна загальна кількість балів для отримання позитивної оцінки з дисципліни – 60.

Рекомендовані джерела інформації

1. Огієнко С. О. Комунікативний менеджмент : конспект лекцій для здобувачів ступеню бакалавр, галузі знань 24 Сфера обслуговування спеціальності 241 Готельно-ресторанна справа, спеціалізації Готельно-ресторанна справа; спеціальності 242 Туризм, спеціалізації Туризм / С. О. Огієнко, В. В. Круглов. – Харків : ХТЕІ КНТЕУ, 2016. – 75 с. – Також доступно: <http://beta-edu.htei.kh.ua/moodle/course/view.php?id=4093>. – Станом на 20.03.2021. – Назва з екрана.

2. Огієнко С. О. Методичні рекомендації для семінарських (практичних) занять з дисципліни «Комунікативний менеджмент» / С. О. Огієнко, В. В. Круглов. – Харків : ХТЕІ КНТЕУ. – Також

доступно: <http://beta-edu.htei.kh.ua/moodle/course/view.php?id=4093> . – Станом на 20.03.2021. – Назва з екрана.

3. Зеліч В. В. Комунікативний менеджмент : навчально-методичний комплекс з дисципліни / В. В. Зеліч (Яцко). – Ужгород : ДНВЗ «УжНУ», 2016. – 40 с.

4. Communication and Management : [Principles of Management](#): // Lumen : [website]. – Available at: <https://courses.lumenlearning.com/wm-principlesofmanagement/chapter/communication-in-the-management-function/> – Viewed 20.03.2021. – Title from screen.

5. Шавкун І. Г. Бізнес-комунікація як тип соціального зв'язку / І. Г. Шавкун // Збірник матеріалів Всеукраїнської науково-практичної конференції «Проблеми управління економічним потенціалом регіонів». – Запоріжжя : ЗНУ, 2015. – С. 274–276.

6. Шавкун І. Г. Етика організаційних комунікацій / І. Г. Шавкун // Збірник наукових праць за матеріалами науково-практичної конференції «Наукові дослідження і їх практичне застосування. Сучасний стан і шляхи розвитку 2015». Філософія і філологія ; Одеса. – 2015. – Том 17. – С. 17–18.

7. Жигайло Н. Ж. Комунікативний менеджмент : навчальний посібник / Н. Ж. Жигайло. – Львів : Львівський національний університет імені Івана Франка, 2012. – 368 с. ISBN 978-966-61.3-949-1.

8. Управління персоналом : підручник / В. М. Данюк. А. М. Колот, Г. С. Суков [та ін.] ; за заг. та наук. ред. к.е.н., проф. В. М. Данюка. – Київ : Київський національний економічний університет, 2013. – 656 с.

9. Буднік М. М. Стратегічне управління: навчальний посібник / М. М. Буднік, Г. С. Невертій, Н. М. Курилова. – Київ : Видавничий дім «Кондор», 2020. – 292 с.

10. Інтегровані комунікації = Integrated communications : науковий журнал / голов. ред. Г. В. Горбенко [Електронний ресурс] ; Київський університет імені Бориса Грінченка. «Інтегровані комунікації» : [сайт]. – Режим доступу: <http://ij.kubg.edu.ua/images/2integrat%20commun%20.pdf>. – Станом на 20.03.2021. – Назва з екрана.