

**Київський національний торговельно-економічний університет
Харківський торговельно-економічний інститут КНТЕУ**

Кафедра маркетингу, менеджменту та торговельного підприємництва

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Комунікативний менеджмент

повна назва навчальної дисципліни

для підготовки

студентів ступеня

вищої освіти

бакалавр

року набору

2017

молодший бакалавр,
бакалавр чи магістр

галузі знань

07 Управління та адміністрування

шифр і назва галузі знань

спеціальності

073 Менеджмент

шифр і найменування спеціальності

освітня програма

Менеджмент організацій

назва освітньої програми

академічні групи

М-17

шифри академічних груп

статус дисципліни

обов'язкова

Харків, 2021 рік

Розробник:

Курилова Наталія Михайлівна,
старший викладач кафедри маркетингу,
менеджменту та торговельного
підприємництва

прізвище, ім'я, по батькові повністю, посада повністю, науковий
ступінь, вчене звання повністю

14.01.2021 р.

Гарант освітньої програми

Мирошніченко Юрій Вікторович,
доцент кафедри маркетингу, менеджменту та
торговельного підприємництва, кандидат
технічних наук, доцент

прізвище, ім'я, по батькові повністю, посада повністю, науковий
ступінь, вчене звання повністю

14.01.2021 р.

Програму обговорено та схвалено на засіданні кафедри
маркетингу, менеджменту та торговельного підприємництва

назва кафедри

протокол від 14.01.2021 р. № 06.

Програму розглянуто та затверджено на засіданні методичної комісії інституту,
протокол від 15.01.2021 р. № 05.

1. ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Робоча програма навчальної дисципліни «Комунікативний менеджмент» розроблена відповідно до освітньо-професійної програми «Менеджмент організацій» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю 073 «Менеджмент» галузі знань 07 «Управління та адміністрування».

Метою викладання навчальної дисципліни є формування і розвиток загальних та професійних компетентностей у студентів щодо сутності комунікативного менеджменту як універсальної діяльності з вивчення, проектування, формування та розвитку комунікаційних систем, концепції управління змінами за допомогою комунікаційних моделей, інструментів, технологій, методологій та методик проведення досліджень в сфері управління комунікаціями.

Предметом вивчення навчальної дисципліни є загальні закономірності та методи організації комунікативного процесу, які є базою системи комунікативного менеджменту.

Міждисциплінарні зв'язки вивчення навчальної дисципліни ґрунтуються на знаннях навчальних дисциплін «Менеджмент», «Самоменеджмент», «Психологія спілкування». Знання, які студенти отримують при вивченні дисципліни, в подальшому можуть бути використані при проходженні практик, написанні курсових та складанні кваліфікаційного екзамену та атестації.

Мова викладання – українська.

2. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ 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. Дослідницькі програми вивчення інформаційних потреб державних службовців. 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 контр-реклами 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.

Тема 8. Комунікаційний менеджмент і проблеми маніпулювання суспільною свідомістю.

Межі управління комунікаціями. Управління комунікаціями у зв'язках з громадськістю в комунікаційному менеджменті. Проблеми розмежування управління та маніпулювання. Основні особливості відомих комунікативних технологій, виходячи із стандартної схеми комунікативного процесу: джерело повідомлення – повідомлення – кодування – канал передачі – декодування – адресат. Шуми і перешкоди, що зустрічаються при передачі інформації в рамках відповідних комунікативних технологій. Що таке симетричні – асиметричні комунікації. Переконуючі та інформуючі комунікації.

Тема 9. Перспективи комунікаційного менеджменту в інформаційному суспільстві.

Проблеми модернізації взаємодії суспільства і держави, теоретичні і прикладні розробки програм «електронної держави» в сучасному світі – «Bund Online 2005» (Німеччина), «e – Government» (Велика Британія), «Federal Enterprise» (США) та ін. Можливості нових принципів взаємодії.

3.2. Структура навчальної дисципліни за формами навчання

Теми дисципліни	Обсяг у годинах																				
	денна форма										заочна форма										
	повна					скорочена					повна					скорочена					
	усього	у тому числі				усього	у тому числі				усього	у тому числі				усього	у тому числі				
Л		СЗ	ПЗ	ЛЗ	СРС		Л	СЗ	ПЗ	ЛЗ		СРС	Л	СЗ	ПЗ		ЛЗ	СРС	Л	СЗ	ПЗ
Тема 1. Комунікативний менеджмент: специфіка, структура і основні сфери використання.	17	2		2		13															
Тема 2. Комунікативний менеджмент як процес: постановка мети, збір, аналіз і обробка інформації.	21	4		4		13															
Тема 3. Механізми управління комунікаціями.	21	4		4		13															
Тема 4. Особливості управління інформаційними потоками всередині фірми.	21	4		4		13															
Тема 5. Робота з персоналом в кризових ситуаціях.	21	4		4		13															
Тема 6. Комунікативний процес у зовнішній сфері організації.	22	4		4		14															
Тема 7. Завдання комунікативного менеджменту у формуванні місії та корпоративної культури.	22	4		4		14															
Тема 8. Комунікаційний менеджмент і проблеми маніпулювання суспільною свідомістю	18	2		2		14															
Тема 9. Перспективи комунікаційного менеджменту в інформаційному суспільстві	17	2		2		13															
Курсова робота (проект)																					
Усього годин / кредитів ECTS	180/6	30		30		120															

Навчальні матеріали з освітнього компоненту доступні на Порталі навчальних ресурсів та інформаційної підтримки освітнього процесу інституту: <http://beta-edu.htei.kh.ua/moodle/course/view.php?id=4092>

4. ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ

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

Питання 1. Принципи діяльності фахівця із зв'язків з громадськістю в управлінні комунікаціями.

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

Питання 1. Засоби задоволення потреб громадян в управлінській інформації.

Тема 3. Механізми управління комунікаціями

Питання 1. Основні комунікаційні ролі і навички менеджера.

Тема 4. Особливості управління інформаційними потоками всередині фірми

Питання 1. Методи інформування, переконання, навіювання. Засоби і методи внутрішньоорганізаційної комунікації.

Тема 5. Робота з персоналом в кризових ситуаціях

Питання 1. Управління комунікативним процесом при вирішенні конфліктів в робочих колективах.

Тема 6. Комунікативний процес у зовнішній сфері організації

Питання 1. Переговори, приватні бесіди, форуми, ділові зустрічі і їх використання в комунікативному менеджменті.

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

Питання 1. Глобалізація і сучасні завдання комунікаційного менеджменту.

Тема 8. Комунікаційний менеджмент і проблеми маніпулювання суспільною свідомістю

Питання 1. Основні особливості відомих комунікативних технологій.

Тема 9. Типи організацій

Питання 1. Поняття, сутність та критика транснаціональних компаній. Міжнародні універсальні та регіональні організації.

Тема 9. Перспективи комунікаційного менеджменту в інформаційному суспільстві

Питання 1. Проблеми модернізації взаємодії суспільства і держави.

Зміст, порядок виконання та критерії оцінювання самостійної роботи студентів наведено на Порталі навчальних ресурсів та інформаційної підтримки освітнього процесу інституту: <http://beta-edu.htei.kh.ua/moodle/course/view.php?id=4092>

Організація самостійної роботи студентів регламентується наступними нормативними документами:

- Положенням про самостійну роботу студентів Харківського торговельно-економічного-інституту КНТЕУ;

- Положенням про організацію освітнього процесу у Харківському торговельно-економічному інституті КНТЕУ.

5. ІНДИВІДУАЛЬНІ ЗАВДАННЯ, ПЕРЕДБАЧЕНІ НАВЧАЛЬНИМ ПЛАНОМ

Навчальним планом не передбачено.

6. ФОРМИ ТА МЕТОДИ ОЦІНЮВАННЯ

Для визначення рівня засвоювання студентами навчального матеріалу використовуються наступні форми оцінювання та схема розподілу балів:

Весна 2020/2021 н. р.

№	Рейтингові оцінки	Макс. бали за формами навчання	
		денна	заочна
1	Поточний контроль	60	
1.1	Тема 1. Комунікативний менеджмент: специфіка, структура і основні сфери використання		
	Виконання практичних завдань в межах теми навчальної дисципліни	6,7	
	Тестування на Порталі	6,7	
1.2	Тема 2. Комунікативний менеджмент як процес: постановка мети, збір, аналіз і обробка інформації		
	Виконання практичних завдань в межах теми навчальної дисципліни	6,7	
	Тестування на Порталі	6,7	
1.3	Тема 3. Механізми управління комунікаціями		
	Виконання практичних завдань в межах теми навчальної дисципліни	6,6	
	Тестування на Порталі	6,6	
1.4	Тема 4. Особливості управління інформаційними потоками всередині фірми		
	Виконання практичних завдань в межах теми навчальної дисципліни	6,6	
	Тестування на Порталі	6,7	
1.5	Тема 5. Робота з персоналом в кризових ситуаціях		
	Виконання практичних завдань в межах теми навчальної дисципліни	6,7	
	Тестування на Порталі	6,7	
1.6	Тема 6. Комунікативний процес у зовнішній сфері організації		
	Виконання практичних завдань в межах теми навчальної дисципліни	6,7	
	Тестування на Порталі	6,7	
1.7	Тема 7. Завдання комунікативного менеджменту у формуванні місії та корпоративної культури		
	Виконання практичних завдань в межах теми навчальної дисципліни	6,7	
	Тестування на Порталі	6,7	
1.8	Тема 8. Комунікаційний менеджмент і проблеми маніпулювання суспільною свідомістю		
	Виконання практичних завдань в межах теми навчальної дисципліни	6,7	
	Тестування на Порталі	6,7	
1.9	Тема 9. Перспективи комунікаційного менеджменту в інформаційному суспільстві		
	Виконання практичних завдань в межах теми навчальної дисципліни	6,7	

№	Рейтингові оцінки	Макс. бали за формами навчання	
		денна	заочна
	Тестування на Порталі	6,7	
2	Підсумковий семестровий контроль (письмова екзаменаційна робота)	40	
2.1	Завдання на оцінювання теоретичних знань (комп'ютерне тестування)	30	
2.2	Завдання на оцінювання практичних навичок (ситуаційне завдання)	5	
2.3	Завдання на оцінювання професійних вмінь (ситуаційне завдання)	5	
3	Оцінка з дисципліни	100	

Оцінювання результатів навчання студентів здійснюється за 100-баловою шкалою та шкалою ЄКТС. 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.

Організація та проведення контрольних заходів регламентується наступними нормативними документами:

- Положенням про оцінювання результатів навчання студентів у Харківському торговельно-економічному інституті КНТЕУ;
- Положенням про організацію освітнього процесу у Харківському торговельно-економічному інституті КНТЕУ.

7. РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ

7.1. Основні 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://edu.htei.org.ua/course/view.php?id=533>

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

7.2. Додаткові джерела інформації

3. Буднік, М. М. Управління змінами : підручник / М. М. Буднік, Н. М. Курилова / – Київ : Кондор, 2017. – 226 с. ISBN 978-617-7582-17-4

4. Жигайло, Н. Ж. Комукативний менеджмент : навчальний посібник / Н. Ж. Жигайло. – Львів : ЛНУ імені Івана Франка, 2012. – 368 с. ISBN 978-966-61.3-949-1.

5. Криворучко О. М. Управління персоналом підприємства : навчальний посібник / О. М. Криворучко, Т. О. Водолажська. – Харків : ХНАДУ, 2016. – 200 с.
6. Могутнова Н. Н. Корпоративная культура: понятие, подходы / Н. Н. Могутнова // Социс. – 2015. – № 7. – С. 130-135.
7. Муромець Н. Є. Менеджмент : навчальний посібник для здобувачів освітнього ступеня бакалавр спеціальності 073 Менеджмент / Муромець Н. Є., Мирошниченко Ю. В., Корсаков Д. О. ; за ред. Н. Є. Муромець. – Харків : В деле, 2017 – 321 с.
8. Сергійчук С. І. Корпоративне управління : навчальний посібник / С. І. Сергійчук. – Миколаїв : НУК, 2016. – 228 с.
9. 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 : КНЕУ, 2013. – 656 с.
10. 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.
11. 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». Том 17. Філософія і філологія. – Одеса, 2015. – С. 17-18.
12. Шавкун І. Г. Сутність та атрибути комунікації в умовах глобалізації / І. Г. Шавкун // Збірник наукових праць : Гілея: науковий Вісник. – Київ : ВІР УАН, 2014. – Вип. 35. – С. 260-268.
13. Шарков Ф. И. Коммуникология. Коммуникационный консалтинг / Ф. И. Шарков. – Москва : Дашков и Ко, 2016. – 508 с.
14. Шарков Ф. И. Выставочный коммуникационный менеджмент: управление выставочными коммуникациями : учебное пособие / Ф. И. Шарков. – Москва : Альфа-Пресс, 2016. – 254 с.