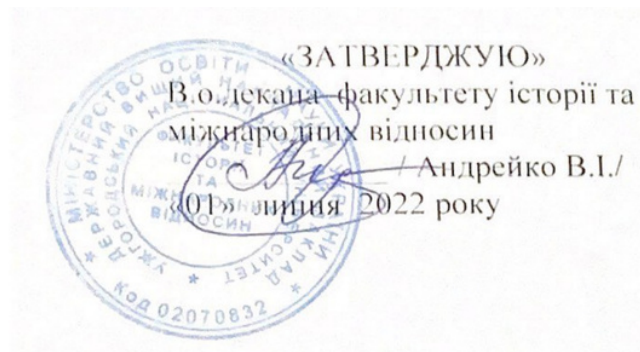


**ДЕРЖАВНИЙ ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД
«УЖГОРОДСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ»
ФАКУЛЬТЕТ ІСТОРІЇ ТА МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН
Кафедра бізнес-адміністрування, маркетингу та менеджменту**



РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

КОМУНІКАТИВНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ

Рівень вищої освіти	перший (бакалаврський)
Галузь знань	07 Управління та адміністрування
Спеціальність	073 «Менеджмент»
Освітня програма	Освітньо-професійна програма «Менеджмент»
Статус дисципліни	вибіркова
Мова навчання	Українська

Ужгород - 2022

Робоча програма навчальної дисципліни «**Комунікативний менеджмент**» для здобувачів вищої освіти галузі знань **07 Управління та адміністрування** спеціальності **073 «Менеджмент»** освітньої програми «**Менеджмент**».


Розробник: Зеліч В.В., доцент, к.е.н., доцент кафедри **бізнес-адміністрування, маркетингу та менеджменту**

Робочу програму розглянуто та затверджено на засіданні *кафедри бізнес-адміністрування, маркетингу та менеджменту*

протокол № 12 від «30» червня 2022 р.

Завідувач кафедри  Дюгованець О.М.

Схвалено науково-методичною комісією *факультету історії та міжнародних відносин* протокол № 9 від «01» липня 2022 р.

Голова науково-методичної комісії  Мишко С.А.

© Зеліч В.В., 2022 р.

© ДВНЗ «Ужгородський національний університет», 2022 р.

1. ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Найменування показників	Розподіл годин за навчальним планом	
	Денна форма навчання	Заочна форма навчання
Кількість кредитів ЄКТС – 4	Рік підготовки:	
Загальна кількість годин – 120	4-й	5-й
Кількість модулів – 4	Семестр:	
Тижневих годин для денної форми навчання: 6 аудиторних – 3 самостійної роботи студента – 60	7-й	9-й
	Лекції:	
	36	10
	Практичні (семінарські):	
	24	4
Вид підсумкового контролю: модуль	Лабораторні:	
	-	-
Форма підсумкового контролю: усне чи письмове опитування – залік	Самостійна робота:	
	60	106

1. Мета та завдання навчальної дисципліни

Навчальна дисципліна "**Комунікативний менеджмент**" є однією із складових частин блоку професійно-орієнтованих дисциплін при підготовці студентів напряму 073 «Менеджмент», освітньо-кваліфікаційного рівня «Бакалавр».

Сучасні умови господарювання вимагають від менеджера розвинутих навичок спілкування із людьми, що відображає не тільки рівень культури самого менеджера, його організації, а й забезпечує йому психологічну безпеку. У менеджменті комунікація відіграє надзвичайно важливу роль. Практично все, що роблять менеджери різних рівнів для вирішення стратегічних та тактичних завдань розвитку своїх фірм, вимагає ефективного обміну інформацією. Головною умовою ефективності ділової комунікації є усвідомлення того, що можливість реалізації цілей взаємодії зростає, якщо правильно організувати її проведення і досягти при цьому створення атмосфери взаєморозуміння, довіри і співробітництва. Тому у підготовці менеджерів не можна обійтися без вивчення курсу „Комунікативний менеджмент”.

Місце „**Комунікативного менеджменту**” серед інших наук – висхідне, після вивчення циклу управлінських дисциплін, як-от: основ менеджменту, управління персоналом, паралельно із психологією управління, конфліктологією тощо. Зміст програми враховує основні аспекти підготовки менеджерів підприємницької діяльності та менеджерів на ринку товарів та послуг.

Мета дисципліни: Головною метою викладання дисципліни «Комунікативний менеджмент» є розвиток у студентів комплексних знань у сфері менеджменту комунікацій, професійного спілкування та вміння ефективно організувати наради, співбесіди, ділові зустрічі й переговори, а також мати достатню кваліфікацію для проектування та розробки нових засобів і методів комунікації на підприємстві.

Одна з найважливіших умов успіху в бізнесі - створення в очах потенційного партнера іміджу людини, що вміє поводитися в ситуаціях ділової комунікації, володіє методикою ведення ділової бесіди, ділових переговорів, службових телефонних розмов, успішно працює з сучасними електронними засобами комунікації, а також опанувала невербальні засоби комунікації. Ця дисципліна допомагає створенню такого іміджу, вчить установлювати і підтримувати контакт між людьми, пов'язаними інтересами справи. При вивченні дисципліни передбачені лекційні і практичні заняття. На лекціях у короткій і узагальненій формі викладаються основні питання розділів дисципліни. На практичних заняттях студенти відпрацьовують уміння і навички поведінки в ситуаціях ділової комунікації.

Під час самостійної роботи студенти поглиблюють свої знання з предмету, самостійно вивчають питання і теми дисципліни, не передбачені для аудиторної роботи. Для контролю засвоєння знань з цієї навчальної дисципліни навчальним планом передбачений залік і виконання індивідуальних завдань.

Місце навчальної дисципліни в системі професійної підготовки фахівця.

Дана навчальна дисципліна є теоретичною основою сукупності знань та вмінь, що формують сучасне економічне мислення фахівця в області управління.

Метою викладання дисципліни є 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.

Завдання вивчення навчальної дисципліни є:

- оволодіння методами управління інформаційною взаємодією в різних сферах предметної діяльності;

- вивчення основних задач, функцій та методів комунікативного менеджменту;

- оволодіння методами організації проведення комунікаційних досліджень;

- дослідження механізмів реалізації комунікативної політики організації.

У результаті вивчення даної навчальної дисципліни студент повинен:

Знати:

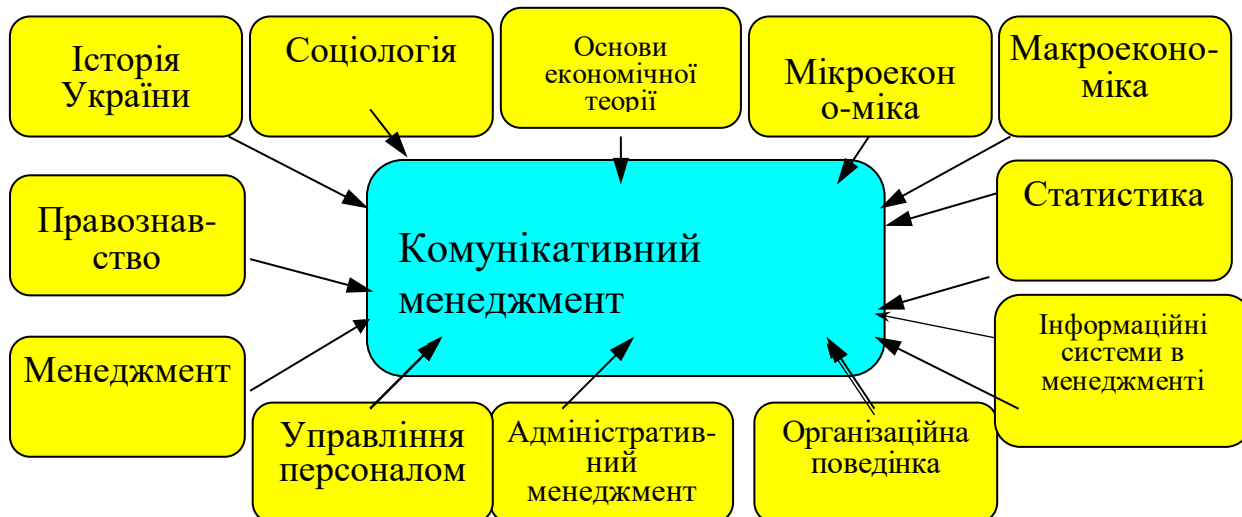
- знати місце комунікацій в менеджменті, знати типи ділових стратегій та їх використання на підприємстві, в чому специфіка комунікативного менеджменту в сучасному інформаційному суспільстві;
- специфіку символічної, візуальної, подієвої, міфологічної складової комунікативного менеджменту;
- в чому специфіка комунікативних технологій в межах комунікативного менеджменту;
- якими є механізми впливу таких комунікативних технологій як зв'язки з громадськістю (паблік релейшнз); іміджмейкінг; менеджмент новин; реклама; пропаганда; риторика;
- основні засади та принципи комунікативного менеджменту;
- основні методи, технології комунікативного менеджменту;
- концептуальні основи і стратегії комунікативного менеджменту;
- обов'язкові елементи та фази комунікативного спілкування;
- порядок формування ефективних комунікацій на підприємстві;
- соціальну природу поняття "комунікативний менеджмент", його мету та зміст;
- канали, засоби, моделі комунікацій;
- особливості використання інформації в менеджменті;
- основні елементи забезпечення ефективних комунікацій;
- методи вирішення комунікаційних конфліктів;
- особливості формування іміджу менеджера та корпорації (організації);
- перспективи комунікативного менеджменту в інформаційному суспільстві.

Вміти:

- 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;
- орієнтуватися в теоретичних концепціях сучасного комунікативного менеджменту і уміти застосовувати їхні алгоритми в реальному управлінні;
- аналізувати процеси, що відбуваються у комунікативному просторі;
- застосовувати соціологічні методи до вивчення символічної, візуальної, подієвої, міфологічної форм комунікативного менеджменту комунікативного простору;
- планувати роботу у сфері комунікативного менеджменту;
- оцінювати ефекти застосування форм комунікативного менеджменту;
- виявляти причини відхилення від плану, недоліків в роботі та виявленні невикористаних резервів в сфері організаційних комунікацій.
- самостійно розробляти моделі ефективних комунікацій на підприємстві;
- аналізувати ефективність автоматизованого робочого місця керівника підприємства та різних категорій спеціалістів.
- проводити функціональний аналіз та контролінг діяльності ділового середовища організації;
- самостійно розробляти програми залучення ЗМІ до поширення інформації про підприємство;
- розробляти рекомендації, які допоможуть вирішити складні задачі, що постають перед сучасними керівниками в різних сферах комунікаційної діяльності.

Знання та вміння, отримані студентом під час вивчення даної навчальної дисципліни, використовуються в подальшому при вивченні багатьох наступних дисциплін професійної підготовки фахівця з базовою та повною вищою освітою.

Міждисциплінарні зв'язки навчальної дисципліни



Багатоплановість і складність проблем цього курсу зумовлює звернення до різних джерел інформації. Окремі питання даної дисципліни знаходять своє віддзеркалення в навчальних посібниках, доробках і монографіях, укладених фахівцями різних областей знання: історії, біології, фізіології, генетики, логіки, а також інших суміжних дисциплін.

Відповідно до освітньої програми, вивчення дисципліни сприяє формуванню у здобувачів вищої освіти таких **компетентностей**:

загальних:

- ЗК5. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.
- ЗК6. Здатність спілкуватися державною мовою як усно, так і письмово.
- ЗК11. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації.
- ЗК12. Здатність генерувати нові ідеї (креативність).
- ЗК13. Цінування та повага різноманітності та мультикультурності.
- ЗК15. Здатність діяти на основі етичних міркувань (мотивів).

спеціальних:

- 1. Здатність діяти соціально відповідально і свідомо. (С6)
- 2. Здатність обирати та використовувати сучасний інструментарій менеджменту. (С7)
- 3. Розуміти принципи психології та використовувати їх у професійній діяльності. (С14)
- 4. Здатність формувати та демонструвати лідерські якості та поведінкові навички. (С15)

3. ПЕРЕДУМОВИ ДЛЯ ВИВЧЕННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Передумовами вивчення навчальної дисципліни «Комунікативний менеджмент» є опанування таких навчальних дисциплін (НД) освітньої програми (ОП):

Шифр ОКП 1.22 за ОП Менеджмент ЗЕД підприємств

Шифр ОКП 1.25 за ОП Теорія організації

Шифр ОКП 1.30 за ОП Менеджмент проєктів

Шифр ОКП 1.39 за ОП Самоменеджмент

Шифр ВКЗ 2.1 за ОП Етика бізнесу та соціальна відповідальність/
Сучасні бізнес-комунікації

4. ОЧІКУВАНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ

Відповідно до освітньої програми «**Менеджмент**» вивчення навчальної дисципліни повинно забезпечити досягнення здобувачами вищої освіти таких програмних результатів навчання (ПРН):

Програмні результати навчання	Шифр ПРН
2. Зберігати моральні, культурні, наукові цінності та примножувати досягнення суспільства, використовувати різні види та форми рухової активності для ведення здорового способу життя. (P2)	ПРН 2.
3. Демонструвати знання теорій, методів і функцій менеджменту, сучасних концепцій лідерства. (P3)	ПРН 3.
11. Демонструвати навички аналізу ситуації та здійснення комунікації у різних сферах діяльності організації. (P11)	ПРН 11.
12. Оцінювати правові, соціальні та економічні наслідки функціонування організації. (P12)	ПРН 12.
13. Спілкуватись в усній та письмовій формі державною та іноземною мовами. (P13)	ПРН 13.
14. Ідентифікувати причини стресу, адаптувати себе та членів команди до стресової ситуації, знаходити засоби до її нейтралізації. (P14)	ПРН 14.
15. Демонструвати здатність діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних міркувань (мотивів), повагу до різноманітності та міжкультурності. (P15)	ПРН 15.
16. Демонструвати навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним. (P16)	ПРН 16.
17. Виконувати дослідження індивідуально та/або в групі під керівництвом лідера. (P17)	ПРН 17.

Очікувані результати навчання, які повинні бути досягнуті здобувачами освіти після опанування навчальної дисципліни «**Комунікативний менеджмент**»:

Очікувані результати навчання з дисципліни	Шифр ПРН
Зберігати моральні, культурні, наукові цінності та примножувати досягнення суспільства, використовуючи етичні принципи та визначені законом правила якими мають керуватися учасники освітнього процесу під час навчання, викладання та наукової діяльності.	P 2.
Орієнтуватися у теорії комунікативного менеджменту, знати функції менеджменту, вміти застосувати інструменти сучасних комунікацій на практиці. Знати сучасні концепції лідерства.	P 3.
Вміти працювати в команді, співпрацювати з іншими для досягнення ефективного результату. Вміти будувати конструктивні взаємодії в колективі. Демонструвати навички аналізу ситуації та здійснення комунікації у різних сферах діяльності організації.	P 11.
Оцінювати правові, соціальні та економічні наслідки функціонування організації.	P 12.
Вміти правильно спілкуватися усною та письмовою державною та іноземною мовами.	P 13.
Вміти адаптуватися особисто і членів команди до різних мінливих умов ринкової ситуації, знаходити механізми виходу із стресових та кризових ситуацій при здійсненні комунікативної політики.	P 14.
Демонструвати здатність діяти свідомо та відповідально при здійсненні управління та дотримуватися етики бізнесу і соціальної відповідальності ведення бізнесу.	P 15.

Демонструвати навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним у рамках провадження наукової і творчої діяльності.	Р 16.
Демонструвати здатність виконувати роботу як індивідуально та і в колективі, розвивати лідерські здібності.	Р 17.

5. ЗАСОБИ ДІАГНОСТИКИ ТА КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ

Засоби оцінювання та методи демонстрування результатів навчання

Засобами оцінювання та методами демонстрування результатів навчання з навчальної дисципліни є: складання екзамену; письмове тестування; підготовка індивідуальних наукових робіт, доповідей по відповідних питаннях; доповіді – презентації по тематичних питаннях, розв'язування практичних ситуаційних завдань тощо.

Методи навчання: лекції, практичні (семінарські) заняття, дискусія, виконання індивідуального завдання, есе, консультації, самостійна робота.

Застосування стандартних методів навчання: лекції (інформаційні, аналітичні, проблемні, із застосуванням ігрових методів), в тому числі з використанням мультимедійного забезпечення та інших ТЗН; практичні заняття; індивідуальні завдання; самостійну роботу студентів; диспути, дискусії та інші форми навчання (стандартизовані тести, аналітичні звіти та доповіді, презентації та виступи на наукових заходах).

Застосування інтерактивних методів навчання: інтерактивні стратегії навчання для заохочення мовлення: виступ, мозковий штурм, обговорення; індивідуальна участь: case-study навчання, exitslips (підсумкове письмове завдання), робота над помилками, опитування, метод «запитай в того, хто знає»; колективна участь: обмін партнерами, метод «викладач-студент», дебати, оптиміст/песиміст, експертна оцінка; діяльність в групах: ротація, перегляд і аналіз фільмів;

Форми контролю та критерії оцінювання результатів навчання

Форми поточного контролю: усне опитування; виступ на семінарських заняттях; підготовка тематичної доповіді, есе чи презентації.

Форма модульного контролю: письмова контрольна робота; письмове тестування з теми (модулю).

Форма підсумкового семестрового контролю: усний залік.

Поточний контроль — регулярний контроль рівня засвоєння матеріалу на лекціях, семінарських і практичних заняттях. Застосовується він з метою перевірки підготовленості студентів для виконання конкретних навчальних завдань.

Модульний контроль – процедура визначення рівня засвоєння студентом навчального матеріалу відповідної дисципліни.

Підсумковий контроль знань студентів проводиться з метою оцінювання результатів вивчення дисципліни. Здійснюється у формі опитування за визначеними темами.

Формами поточного контролю є: семінарське заняття — форма навчального заняття, на якому відбувається обговорення попередньо визначених питань, до яких студенти готують тези виступів, доповіді чи доповіді-презентації. Під час семінарського заняття передбачається проведення дискусій.

Мета дискусії — виявити відмінності в розумінні питання і у творчій суперечці дійти до спільної точки зору. Змістовна самостійна робота студента полягає у накопиченні необхідних знань з теми семінарського заняття. У робочій програмі та методичних матеріалах подано плани занять, основна та додаткова література, теми для опрацювання, контрольні питання по темах (обговорення під час семінару).

Практичне заняття — форма навчального заняття, під час якого студенти детально вивчають окремі теоретичні положення навчальної дисципліни та набувають вмінь і навичок їх практичного застосування. Практичні заняття мають різну форму. Так, вони можуть проходити у вигляді самостійного виконання студентами завдань та подальшого аналізу типових помилок разом із викладачем та за участю інших студентів. Передбачається активна групова робота студентів, які готуватимуть групові проекти за певними темами, представлятимуть їх перед студентською аудиторією для обговорення.

Оцінювання навчальних досягнень студентів здійснюється за 100-бальною шкалою; шкалою ECTS (A, B, C, D, E, F, FX) та національною шкалою (відмінно, добре, задовільно, незадовільно, зараховано, не зараховано). Тестування, опитування, дискусії, презентації, письмові есе, самоконтроль і самооцінка, модульні контрольні роботи, усний залік. Оцінка знань, умінь і практичних навичок студента з навчальної дисципліни «Комунікативний менеджмент» здійснюється відповідно до графіку (табл. 5.1.)

Таблиця 5.1.

Модуль 1, 4 курс, 7 семестр	
Поточний контроль за змістовим модулем №1	
Поточний контроль за змістовим модулем №2	
Підсумковий контроль за семестр: залік	

Студенти вивчають дисципліну «Комунікативний менеджмент» протягом одного семестру, тобто один модуль, який складається з двох змістовних модулів. Після виконання змістового модуля (відвідування лекцій, практичних занять і виконання самостійної та індивідуальної роботи) здійснюється поточний контроль – модульна контрольна робота.

Таблиця 5.2.

	Модульна контрольна робота	Оцінка за роботу на практичних заняттях	Самостійна та індивідуальна робота студента	Всього
ЗМ №1	50 балів	40 балів	10 балів	100 балів
ЗМ №2	50 балів	40 балів	10 балів	100 балів
залік (4 семестр) Середня арифметична сума ЗМ №1 і ЗМ №2				100 балів

Критерії оцінювання модульної контрольної роботи

Поточне та підсумкове оцінювання знань студентів здійснюється за 100 бальною системою за кожний модуль. З цих 100 балів 50%, тобто 50 балів відводиться на оцінювання модульних контролів в усній, письмовій або письмово-усній формі викладачем в аудиторії. Решта 50 балів також виставляє викладач на підставі результатів перевірки рівня засвоєння теоретичного матеріалу дисципліни (теоретичний компонент оцінки, який складається з сумарних результатів проведених викладачем опитувань студентів і контрольних робіт) та індивідуальної роботи студента (практичний компонент – доповідь, реферат, есе, складання термінологічного словника тощо). Теоретична компонента оцінюється в 40 балів, а практична – 10.

Семестрова оцінка виставляється або за результатом модульного контролю (наприклад, студент за результатом модульного контролю набрав 75 (за шкалою ECTS – «C») – за розширеною національною шкалою – «добре»), або підсумкового контролю (залік).

Студент, який у результаті поточного оцінювання, або підсумкового контролю за змістовними модулями отримав більше 60 балів і отриманий бал його влаштовує, має право не складати залік із дисципліни. У такому випадку в заліково - екзаменаційну відомість заноситься загальна підсумкова оцінка. При умові, що студент(ка) хоче покращити підсумкову оцінку за модуль з дисципліни, він (вона) має складати залік.

Таблиця 5.3.

Розподіл балів, які отримують здобувачі вищої освіти за модульний контроль

Поточне оцінювання та самостійна робота					Модульна контрольна робота	Сума
Модуль 1, 8 семестр						
Змістовий модуль № 1 (50 балів)					Індивідуальна робота	Модульний контроль № 1
Тема 1	Тема 2	Тема 3	Тема 4	Тема 5	10 балів	Теми 1-5
5	10	10	10	5	50 балів	50 балів
Змістовий модуль № 2 (50 балів)					Індивідуальна робота	Модульний контроль № 2
Тема 6	Тема 7	Тема 8	Тема 9	Тема 10	10 балів	Теми 6-10
10	5	5	10	10	50 балів	50 балів
Підсумковий контроль: залік 100 балів						

Поточне оцінювання за два змістовні модулі здійснюється за трьома складовими:

- контроль систематичності й активності роботи студента протягом семестру (40 балів);
- контроль самостійної та індивідуальної роботи (10 балів);
- контроль за виконанням модульного завдання (50 балів).

Оцінювання модульних завдань. Після виконання програми змістового модулю у визначений деканатом термін здійснюється поточний модульний контроль у письмовій, усній чи письмово-усній формі, який оцінюється у межах від 1 до 50 балів. Якщо з об'єктивних причин студент не пройшов модульний контроль у визначений термін, то він має право з дозволу деканату пройти його протягом двох тижнів після виникнення заборгованості. Викладач за індивідуальну роботу та активність студента під час занять з даної дисципліни на протязі семестру використовує 50-бальну систему оцінювання – 10 (практична компонента) і 40 балів (теоретична компонента) відповідно.

Критерії оцінювання підсумкового семестрового контролю

Питання до підсумкового контролю передбачають охоплення та перевірку рівня теоретичних і практичних знань студентів. Під час опитування (заліку чи екзамену) студент дає відповідь на три основні запитання, які охоплюють увесь курс навчальної дисципліни. У разі потреби викладач ставить додаткові запитання.

Підсумкове оцінювання здійснюється у формі екзамену. До них допускаються всі студенти, за виключенням тих, які не виконали елементи навчального плану. Студент, який в результаті підсумкового оцінювання отримав менше 60 балів зобов'язаний скласти екзамен із дисципліни. У разі, коли відповіді студента під час екзамену оцінені менш ніж 60 балів, він (вона) рахується такими, що не здали підсумковий контроль. При цьому результати поточного контролю не враховуються.

Оцінювання навчальних досягнень студентів здійснюється за шкалою, наведеною в таблиці 5.4.:

Таблиця 5.4.

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену, курсового проекту (роботи), практики	для заліку
90-100	A	відмінно	

82-89	B	добре	зараховано
74-81	C		
64-73	D		
60-63	E	задовільно	
35-59	FX	незадовільно з можливістю повторного складання	не зараховано з можливістю повторного складання
0-34	F	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

Оцінювання самостійної роботи – підготовки і захисту доповідей і рефератів та анотованих аналітичних оглядів наукових статей і публікацій у періодичних виданнях, а також монографіях і збірниках наукових праць.

Оцінка за будь-який вид самостійної роботи складається з трьох складових: 1) актуальна тематика обраної теми, 2) впевнений захист, 3) виконаний згідно наданих вище вимог – така робота заслуговує на 10 балів.

Оцінювання індивідуальної (самостійної) роботи здійснюється у кожному змістовному модулі. Для оцінки представляються такі види робіт, які оцінюються в 10 балів: або підготовка рефератів, доповідей тощо, або поглиблене опрацювання першоджерел і наукових статей, або виконання індивідуальних контрольних, практичних і ситуаційних завдань.

Оцінювання активності під час аудиторних занять здійснюється у межах 40 балів у кожному змістовному модулі. Якщо з об'єктивних причин студент не пройшов модульний контроль у визначений термін, то він має право з дозволу деканату пройти його протягом двох тижнів після виникнення заборгованості. Модульний контроль та залік приймаються у письмово-усній формі, для чого розробляються варіанти завдань та екзаменаційні білети.

Таблиця 5.5.

Оцінювання окремих видів навчальної роботи з дисципліни

Вид діяльності здобувача вищої освіти	Змістовний модуль 1		Змістовний модуль 2	
	Кількість	Максимальна кількість балів (сумарна)	Кількість	Максимальна кількість балів (сумарна)
Практичні (семінарські) заняття	4×10 балів	40	4×10 балів	40
*Письмове тестування при тематичному оцінюванні				
Презентація, есе, індивідуальне завдання	1	10	1	10
Модульна контрольна робота	1	50	1	50
Разом		100		100

* можливий вид діяльності здобувача у випадку дистанційного навчання (тестові завдання на платформі Moodle)

Для визначення ступеня оволодіння навчальним матеріалом з подальшим його оцінюванням рекомендується застосовувати наступні рівні навчальних досягнень студентів, які повністю розкривають майстерність володіння теоретичними та практичними компонентами дисципліни. Дають змогу зрозуміти, чітко структурувати необхідні вміння та критерії щодо відповіді студента.

Таблиця 5.6.

Рівні навчальних досягнень	100-бальна шкала	Критерії оцінювання навчальних досягнень Студент	
		Теоретична підготовка	Практична підготовка
Відмінний	100...90	- вільно володіє навчальним матеріалом, висловлює свої думки, робить аргументовані висновки, рецензує відповіді інших студентів, творчо виконує індивідуальні та колективні завдання; - самостійно знаходить додаткову інформацію та використовує її для реалізації поставлених перед ним завдань; - вільно використовує нові інформаційні технології для поповнення власних знань.	- може аргументовано обрати раціональний спосіб виконання завдання й оцінити результати власної практичної діяльності; - виконує завдання, не передбачені навчальною програмою; - вільно використовує знання для розв'язання поставлених перед ним завдань.
Достатній	89...70	- вільно володіє навчальним матеріалом, застосовує знання на практиці; узагальнює і систематизує навчальну інформацію, але допускає незначні огріхи у порівняннях, формулюванні висновків, застосуванні теоретичних знань на практиці.	- за зразком самостійно виконує практичні завдання, передбачені програмою; - має стійкі навички виконання завдання.
Задовільний	69...51	- володіє навчальним матеріалом поверхово, фрагментарно, на рівні запам'ятовування відтворює певну частину навчального матеріалу з елементами логічних зв'язків, знає основні поняття навчального матеріалу.	- має елементарні, нестійкі навички виконання завдання.
Незадовільний	50...26	- має фрагментарні знання (менше половини) при незначному загальному обсязі навчального матеріалу; - відсутні сформовані уміння та навички; під час відповіді допускаються суттєві помилки.	- планує та виконує частину завдання за допомогою викладача.
Неприйнятний	25...1	- студент не володіє навчальним матеріалом.	- виконує лише елементи завдання, потребує постійної допомоги викладача.

Особливості використання засобів діагностики та контролю за умов дистанційного навчання

В умовах використання формату онлайн-навчання (дистанційного навчання) із застосуванням корпоративної мережі Google Meet названі засоби, методи і форми визначаються за домовленістю зі студентським колективом і, в залежності від зручного виду взаємодії, застосовуються з допомогою існуючих функцій групових чатів та відео-конференцій.

Для ефективного засвоєння тематики є можливість демонстрації необхідних матеріалів на робочому столі комп'ютерного технічного засобу під час занять і семінарів. Зокрема, у разі потреби, під час онлайн-заняття можна надати доступ до свого екрану, щоб показати презентації або іншу тематичну інформацію на робочому столі.

Планування лекційних і семінарських занять, модульних контрольних робіт, звітування за індивідуальну та іншу передбачену програмою роботу зі студентами, а також підсумкова перевірка знань у формі іспиту здійснюється заздалегідь за допомогою прив'язки до гугл-календаря. Синхронізація запланованих заходів виконується автоматично на всіх зручних для їх проведення пристроях.

6. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «КОМУНІКАТИВНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ»

6.1. Зміст навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1. Теоретичні основи та положення комунікативного менеджменту.

Тема 1. Комунікативний менеджмент: основні положення і базові характеристики.

План

1. Комунікативний менеджмент як теорія і практика управління соціальними комунікаціями організації.
2. Завдання комунікативного менеджменту.
3. Зміст і напрями комунікативного менеджменту.
4. Корпоративні комунікації як предмет комунікативного менеджменту.
5. Критерії вибору правильних комунікативних систем.
6. Об'єкти і суб'єкти комунікативного менеджменту.

Тема 2. Стратегія комунікативного менеджменту.

План

1. Стратегія комунікативного менеджменту: поняття, складові та цілі.
2. Дослідження мікро- і макросередовища організації. Цільова аудиторія: сутність поняття та типологія.
3. Внутрішні чинники вибору типу комунікаційної стратегії. Комунікативний аудит.
4. Напрями діяльності організації при визначенні стратегії комунікативного менеджменту
5. Вибір моделі стратегії комунікативного менеджменту.
6. Моделі стратегії (матриця комунікативного менеджменту).

Тема 3. Технології і інструменти комунікативного менеджменту.

План

1. Зв'язки з громадськістю (public relations).
2. Зв'язки з акціонерами, інвесторами і партнерами (investor relations).
3. Зв'язки із засобами масової інформації (media relations).

Тема 4. Ділова комунікація як значущий засіб забезпечення цілісності і функціонування організації.

План

1. Роль комунікації в управлінні організацією. Комунікація і інформація.
2. Ділова комунікація: сутність і зміст.
3. Підходи до розуміння сутності ділової комунікації.
4. Цілі і функції комунікації в організації.
5. Комунікаційна функція керівника організації.

Тема 5. Моделі спілкування. Стратегії та тактики ділового спілкування.

План

1. Поняття про моделі спілкування.
2. Транзакційний аналіз спілкування.
3. Стратегії і тактики спілкування.
4. Стили ділового спілкування.

Змістовий модуль 2. Управління спілкуванням та комунікацією у менеджменті.

Тема 6. Форми та види ділового спілкування в комунікативному менеджменті.

План

1. Монологічні та діалогічні види спілкування.
1. Класифікація форм ділової комунікації: наради, офіційні і протокольні заходи, зустрічі, прийоми, бесіди, виступи, письмові документи. Бесіда як форма ділового спілкування та її структура.
2. Діалог і дискусія як найбільш загальна форма ділових комунікацій. Різновиди діалогу.
3. Інші форми ділових комунікацій: прес-конференція, брифінг, презентація, прийом з особистих питань. Форми взаємодії в діловому спілкуванні.
4. Ділові переговори як основна форма ділової комунікації.
5. Основні типи груп питань. Створення комітетів. Презентація. Ділова нарада. Переговори. Дебати.

Тема 7. Типологія ділових комунікацій.

План

1. Поняття організаційних комунікацій. Види комунікацій в організації.
2. Внутрішньоорганізаційні комунікації: зміст поняття, цілі і завдання.
3. 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".
4. Зовнішньоорганізаційні комунікації: зміст поняття, цілі і завдання.
5. Суб'єкти і об'єкти зовнішньоорганізаційних комунікацій організації, їхня структура і особливості взаємодії

Тема 8. Основні проблеми комунікацій в організації.

План

1. Міфи ділової комунікації
2. Зміст бар'єрів ділової комунікації в організації
3. Типологія бар'єрів ділової комунікації: мікробар'єри і макробар'єри
4. Причини бар'єрів комунікації: чинники ініціатора комунікації і чинники одержувача інформації.
5. Способи вдосконалення комунікаційних процесів в організації.

Тема 9. Ефективні ділові комунікації.

План

1. Чинники формування ефективних ділових комунікацій.
2. Кризові комунікації в організації: цілі, причини, об'єкти, класифікації.
3. Комунікаційні стилі ефективного ділового спілкування.

Тема 10. Конфлікти у діловій і професійній сферах. Методи та стратегії їх регулювання.

План

1. Поняття про конфлікт у психології. Види конфліктів.
2. Класифікація та особливості конфліктів у системі «студент-викладач».
3. Структура педагогічного конфлікту.
4. Динаміка розвитку педагогічного конфлікту.
5. Поведінка викладача щодо врегулювання конфліктів: основні стратегії та методи.

6.2. Структура навчальної дисципліни

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин							
	Форма навчання: денна				Форма навчання: заочна			
	Усього	у тому числі			Усього	у тому числі		
		Лекції	Практичні (семінарські)	Самостійна робота		Лекції	Практичні (семінарські)	Самостійна робота
Змістовний модуль I. Теоретичні основи та положення комунікативного менеджменту.								
Тема 1. Комунікативний менеджмент: основні положення і базові характеристики.	12	3,6	2,4	6	12	1	1	10,6
Тема 2. Стратегія комунікативного менеджменту.	12	3,6	2,4	6	12	1	1	10,6
Тема 3. Технології і інструменти комунікативного менеджменту.	12	3,6	2,4	6	12	1	-	10,6
Тема 4. Ділова комунікація як значущий засіб забезпечення цілісності і функціонування організації.	12	3,6	2,4	6	12	1	-	10,6
Тема 5. Моделі спілкування. Стратегії та тактики ділового спілкування.	12	3,6	2,4	6	12	1	-	10,6
Разом за модуль	60	18	12	30	60	5	2	53
Змістовний модуль II. Управління спілкуванням та комунікацією у менеджменті.								
Тема 6. Форми ділової комунікації в комунікативному менеджменті.	12	3,6	2,4	6	12	1	1	10,6
Тема 7. Типологія ділових комунікацій.	12	3,6	2,4	6	12	1	1	10,6
Тема 8. Основні проблеми комунікацій в організації.	12	3,6	2,4	6	12	1	-	10,6
Тема 9. Ефективні ділові комунікації.	12	3,6	2,4	6	12	1	-	10,6
Тема 10. Конфлікти у діловій і професійній сферах. Методи та стратегії їх регулювання.	12	3,6	2,4	6	12	1	-	10,6
Разом за модуль	60	18	12	30	60	5	2	53
Разом за семестр	120	36	24	60	120	10	4	106

6.3. Теми практичних (семінарських, лабораторних) занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	
		денна	заочна
1	Резюме: зміст, види, приклади. Використання резюме у бізнес-комунікаціях. Основні правила складання та види резюме: хронологічне, функціональне, резюме кобмінованого типу, міжнародне резюме CV. Створення резюме трьох видів.	2,4	1
2	Презентація як різновид публічного мовлення. Класифікаційні ознаки та типи презентацій. Типи презентацій за об'єктом презентації. Мета та масштаби презентацій: брифінг; ексклюзив;	2,4	1

	конференція; шоу. Мовленнєві, стилістичні і комунікативні принципи презентації. Презентації в PowerPoint і Canva		
3	Комунікації із ЗМІ. Формування медіа-зв'язків і правила взаємодії з журналістами. Технології написання прес-релізу. Написання прес-релізу.	2,4	-
4	Вербальні і невербальні засоби комунікації. Дебати з опонентами.	2,4	-
5	Інтернет як засіб бізнес-комунікацій. Організація корпоративних комунікацій у мережі Інтернет. Робота із соціальними мережами: Facebook, Instagram, TikTok. Монетизація через Youtube.	2,4	1
6	Корпоративний сайт: основні проблеми і правила створення: цілі і завдання сайту; цільова аудиторія; внутрішня структура; зміст сайту. Створення сайту	2,4	1
7	Моделі спілкування. Стратегії та тактики ділового спілкування.	2,4	-
8	Конфлікти у діловій і професійній сферах. Методи та стратегії їх регулювання.	2,4	-
9	Форми ділової комунікації в комунікативному менеджменті.	2,4	-
10	Типологія ділових комунікацій.	2,4	-
Разом		24	4

Практичне заняття № 1.

Тема: Резюме: зміст, види, приклади.

План

1. Резюме: зміст, види, приклади.
2. Використання резюме у бізнес-комунікаціях.
3. Основні правила складання та види резюме: хронологічне, функціональне, резюме кобмінованого типу, міжнародне резюме CV.

Практичне заняття № 2.

Тема: Підготовка і проведення презентації.

План

1. Поняття презентації. Чинники ефективної презентації.
 2. Мета і структура презентації.
 3. Алгоритм процесу підготовки презентації.
 4. Місце проведення презентації. Специфіка візуального ряду презентації.
- Презентація як різновид публічного мовлення. Класифікаційні ознаки та типи презентацій. Типи презентацій за об'єктом презентації. Мета та масштаби презентацій: брифінг; ексклюзив; конференція; шоу. Мовленнєві, стилістичні і комунікативні принципи презентації.

Практичне заняття № 3.

Тема: Комунікації із ЗМІ.

План

1. Формування медіа-зв'язків і правила взаємодії з журналістами. Заходи для преси.
2. Технології написання прес-релізу. Інші тексти для преси.
3. Особливості інтерв'ю різним ЗМІ.
4. Корпоративні ЗМІ.

Практичне заняття № 4.

Тема: Вербальні і невербальні засоби комунікації. Дебати з опонентами.

План

1. Мова як основний засіб вербальної комунікації. Основні функції мови. Мовлення, мовленнєва діяльність. Види мовленнєвої діяльності.
2. Слухання в діловій комунікації. Види слухання. Бар'єри ефективного слухання.
3. Невербальні засоби комунікації. Типологія невербальних засобів комунікації.
4. Організація просторового середовища.
5. Особливості дебатів з опонентами як форми комунікації.
6. Учасники, ведучий, судді дебатів.
7. Тема дебатів. Підготовка і проведення дебатів. Правила участі в дебатах.
8. Критика в дебатах. Принципи конструктивної критики.

Практичне заняття № 5.

Тема: Інтернет як засіб бізнес-комунікацій.

План

1. Організація корпоративних комунікацій у мережі Інтернет.
2. Новини на сайті, "ньюс-реліз".
3. Робота із соціальними мережами: Facebook, Instagram, TikTok. Монетизація через Youtube.

Практичне заняття № 6.

Тема: Сайт підприємства: ціль, мета, механізми створення.

План

1. Корпоративний сайт: основні проблеми і правила створення: цілі і завдання сайту; цільова аудиторія; внутрішня структура; зміст сайту.
2. Корпоративний блог і офіційний сайт.
3. Створення сайту

Практичне заняття № 7.

Тема: Моделі спілкування. Стратегії та тактики ділового спілкування.

План

1. Поняття про моделі спілкування.
2. Транзакційний аналіз спілкування.
3. Стратегії і тактики спілкування.
4. Стили ділового спілкування.

Практичне заняття № 8.

Тема: Конфлікти у діловій і професійній сферах. Методи та стратегії їх регулювання.

План

1. Поняття про конфлікт у психології. Види конфліктів.
2. Класифікація та особливості конфліктів у системі «студент-викладач».
3. Структура педагогічного конфлікту.
4. Динаміка розвитку педагогічного конфлікту.
5. Поведінка викладача щодо врегулювання конфліктів: основні стратегії та методи.

Практичне заняття № 9.

Тема: Форми ділової комунікації в комунікативному менеджменті.

План

1. Монологічні та діалогічні види спілкування.
1. Класифікація форм ділової комунікації: наради, офіційні і протокольні заходи, зустрічі, прийоми, бесіди, виступи, письмові документи. Бесіда як форма ділового спілкування та її структура.
2. Діалог і дискусія як найбільш загальна форма ділових комунікацій. Різновиди діалогу.
3. Інші форми ділових комунікацій: прес-конференція, брифінг, презентація, прийом з особистих питань. Форми взаємодії в діловому спілкуванні.
4. Ділові переговори як основна форма ділової комунікації.
5. Основні типи груп питань. Створення комітетів. Презентація. Ділова нарада. Переговори. Дебати.

Практичне заняття № 10.

Тема: Типологія ділових комунікацій.

План

1. Поняття організаційних комунікацій. Види комунікацій в організації.
2. Внутрішньоорганізаційні комунікації: зміст поняття, цілі і завдання.
3. 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".
4. Зовнішньоорганізаційні комунікації: зміст поняття, цілі і завдання.
5. Суб'єкти і об'єкти зовнішньоорганізаційних комунікацій організації, їхня структура і особливості взаємодії

6.4. Самостійна робота

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	
		денна	заочна
1	Тема 1. Комунікативний менеджмент: основні положення і базові характеристики.	6	10,6
2	Тема 2. Стратегія комунікативного менеджменту.	6	10,6
3	Тема 3. Технології і інструменти комунікативного менеджменту.	6	10,6
4	Тема 4. Ділова комунікація як значущий засіб забезпечення цілісності і функціонування організації.	6	10,6
5	Тема 5. Моделі спілкування. Стратегії та тактики ділового спілкування.	6	10,6
6	Тема 6. Форми ділової комунікації в комунікативному менеджменті.	6	10,6
7	Тема 7. Типологія ділових комунікацій.	6	10,6
8	Тема 8. Основні проблеми комунікацій в організації.	6	10,6
9	Тема 9. Ефективні ділові комунікації.	6	10,6
10	Тема 10. Конфлікти у діловій і професійній сферах. Методи та стратегії їх регулювання.	6	10,6
Разом		60	106

КОНТРОЛЬНІ ПИТАННЯ З ДИСЦИПЛІНИ «КОМУНІКАТИВНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ»

I – модуль.

1. Комунікативний менеджмент як теорія і практика управління соціальними комунікаціями організації.
2. Завдання комунікативного менеджменту.
3. Зміст і напрями комунікативного менеджменту.
4. Корпоративні комунікації як предмет комунікативного менеджменту
5. Критерії вибору правильних комунікативних систем
6. Об'єкти і суб'єкти комунікативного менеджменту.
7. Стратегія комунікативного менеджменту: поняття, складові та цілі
8. Дослідження мікро- і макросередовища організації. Цільова аудиторія: сутність поняття та типологія.
9. Внутрішні чинники вибору типу комунікаційної стратегії. Комунікативний аудит.
10. Напрями діяльності організації при визначенні стратегії комунікативного менеджменту.
11. Вибір моделі стратегії комунікативного менеджменту.
12. Моделі стратегії (матриця комунікативного менеджменту).
13. Технології і інструменти комунікативного менеджменту
14. Нове інтерактивне середовище. Нове поняття аудиторії.
15. Стільниковий і супутниковий зв'язок в забезпеченні ділової комунікації.
16. Інтернет у бізнесі. Основні напрями використання мережі Інтернет у бізнесі.
17. Електронні комунікації.
18. Аудіоконференція.
19. Відеоконференція: конфігурації побудови відеоконференцій.
20. Телеконференція і її основні типи (аудіо-, відео- і комп'ютерний).

II – модуль.

1. Роль комунікації в управлінні організацією. Комунікація і інформація.
2. Ділова комунікація: сутність і зміст.
3. Цілі і функції комунікації в організації.
4. Класифікація форм ділової комунікації: наради, офіційні і протокольні заходи, зустрічі, прийоми, бесіди, виступи, письмові документи.
5. Діалог і дискусія як найбільш загальна форма ділових комунікацій. Різновиди діалогу.
6. Інші форми ділових комунікацій: прес-конференція, брифінг, презентація, прийом з особистих питань.
7. Форми взаємодії в діловому спілкуванні.
8. Ділові переговори як основна форма ділової комунікації.
9. Поняття організаційних комунікацій. Види комунікацій в організації.
10. Внутрішньоорганізаційні комунікації: зміст поняття, цілі, завдання, класифікація.
11. Зовнішньоорганізаційні комунікації: зміст поняття, цілі і завдання
12. Суб'єкти і об'єкти зовнішньоорганізаційних комунікацій організації, їхня структура і особливості взаємодії
13. Міфи ділової комунікації
14. Зміст і причини бар'єрів ділової комунікації в організації
15. Типологія бар'єрів ділової комунікації: мікробар'єри і макробар'єри
16. Чинники формування ефективних ділових комунікацій.
17. Кризові комунікації в організації: цілі, причини, об'єкти, класифікації.
18. Комунікаційні стилі ефективного ділового спілкування.

ТЕМИ ІНДИВІДУАЛЬНИХ НАУКОВО-ДОСЛІДНИХ ЗАВДАНЬ

1. Комунікація як соціокультурний процес взаємодії людей.
2. Основні характеристики ділової комунікацій у 21 столітті.
3. Структура ділової комунікації.
4. Характеристика основних комунікаційних навичок у діловій комунікації.
5. Культура ділової комунікації.
6. Культура мовлення ділової людини.
7. Вербальна і невербальна інформація в діловій комунікації.
8. Психологічні механізми дії на партнера в діловій комунікації.
9. Соціальний статус і ролевий розподіл позицій у діловій комунікації.
10. Евристичні методи рішення завдань у діловій комунікації.
11. Структура і функції конфліктів у діловій комунікації.
12. Типологія конфліктів.
13. Стили поведінки в конфліктних ситуаціях.
14. Стратегія і тактика конфліктів.
15. Урахування індивідуальних особливостей особи в діловій комунікації.
16. Основні стилі ділової комунікації.
17. Діловий етикет і його вплив на ділову комунікацію.
18. Психологічний клімат трудового колективу: його формування і вплив на ділові відносини.
19. Етика ділової комунікації.
20. Професійна комунікація і її складові.
21. Комунікативний портрет конкурентоздатного фахівця.
22. Бар'єри в комунікації і їх подолання.
23. Особливості ділової комунікації в різних країнах.
24. Просторова і психологічна дистанція між партнерами, необхідність організації простору в діловій комунікації.
25. Підготовка і проведення ділової бесіди.
26. Інтернет як інструмент ділової комунікації.
27. Ділова нарада: підготовка і проведення.
28. Підготовка і проведення ділових переговорів.
29. Документаційне забезпечення ділової комунікації.
30. Імідж ділової людини.
31. Результативність ділових комунікацій.
32. Міжособові комунікації в діловій сфері.
33. Процес комунікацій і ефективність управління.
34. Принципи кодексу ділової комунікації.
35. Цінності і символи в діловій комунікації.
36. Ділові комунікації сучасного підприємства: наука або мистецтво?
37. Ділова комунікація в професійній діяльності.
38. Усна ділова комунікація. Жанри усного ділового спілкування і принципи розгортання.
39. Мистецтво письмової ділової комунікації
40. Промислове шпигунство як незаконний збір комерційної інформації.
41. Базова техніка ділової комунікації. Ведення переговорів.
42. Стереотипи і бар'єри ділового спілкування.
43. Інформаційна і психологічна структура ділової комунікації.
44. Смыслові і психологічні бар'єри комунікації.
45. Жанри ділової комунікації в міжкультурній сфері.
46. Особові ресурси і бар'єри при виступі перед аудиторією.
47. Соціокультурні домінанти комунікації.
48. Internet як етап розвитку маркетингових комунікацій.
49. Аналіз і вдосконалення системи комунікації в організації
50. Змінні комунікаційного процесу.
51. Зовнішні комунікації організації.

52. Маніпулятивні технології в системі масових комунікацій.
53. Подолання міжкультурних проблем як обов'язкова складова комунікації міжнародних компаній.
54. Документування трудових правовідносин.
55. Проблема захисту комерційної таємниці в умовах інформаційного суспільства.
56. Ділова комунікація в умовах глобалізації.
57. Релігійні відмінності і ціннісні універсалиї в діловій комунікації.
58. Особливості ділової комунікації в транснаціональних компаніях.
59. Внутрішньофірмова комп'ютерна мережа (Intranet): цілі, структура, функції.
60. Комунікативність як фаховоутворююча компетентність сучасного менеджера.
61. Створення бази для співпраці через переговори.
62. Статус пасивного спостерігача в переговорах.

7. ІНСТРУМЕНТИ, ОБЛАДНАННЯ ТА ПРОГРАМНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ, ВИКОРИСТАННЯ ЯКИХ ПЕРЕДБАЧАЄ НАВЧАЛЬНА ДИСЦИПЛІНА

- Робоча програма навчальної дисципліни «Комунікативний менеджмент»;
- Електронний конспект лекцій з дисципліни «Комунікативний менеджмент»;
- Електронні презентаційні матеріали по темах дисципліни «Комунікативний менеджмент»;
- Індивідуальні теми для самостійного виконання (електронний варіант);
- Методичні рекомендації з курсу «Комунікативний менеджмент» для студентів галузі знань 07 «Управління та адміністрування» спеціальності 073 «Менеджмент» освітньої програми «Менеджмент» Ужгород: ДВНЗ «УжНУ».
- Програмне забезпечення: інформаційні технології та засоби електронного навчання: Microsoft Office; система електронного навчання Moodle; внутрішня корпоративна електронна пошта УжНУ.
- Інформаційне та навчально-методичне забезпечення: наукова бібліотека та читальні зали УжНУ; віртуальне навчальне середовище Moodle; Googl Meet.
- Навчальні і робочі навчальні плани.
- Графіки навчального процесу.

8. РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ

Основна література

1. Бурмака Т. М. Комунікативний менеджмент: конспект лекцій (для студентів бакалавріату всіх форм навчання спеціальності 073 – Менеджмент) / Т. М. Бурмака, К. О. Великих; Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. – Харків: ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2019. – 69 с.
2. Методичні рекомендації до практичних занять з дисципліни «Комунікативний менеджмент» для здобувачів освітнього ступеня бакалавр зі спеціальності 232 «Соціальне забезпечення» усіх форм навчання» [Електронний ресурс] / [Упоряд.: Журба І.О.] ; М-во освіти і науки України, Черкас. держ. технол. ун-т. – Черкаси : ЧДТУ, 2018. – 26 с.
3. Гринчук Ю.С., Хахула Л.П., Коваль Н.В., Хахула Б.В., Биба В.А. Комунікативний менеджмент. Методичні рекомендації для студентів усіх форм навчання освітнього рівня (ОР) «Бакалавр» за спеціальностями 073 «Менеджмент», 281 «Публічне управління та адміністрування». / Гринчук Ю.С., Хахула Л.П., Коваль Н.В., Хахула Б.В., Биба В.А. – Біла Церква, 2019. – 73 с.
4. Олійник Н. Ю. Комунікативний менеджмент: навчально-методичний посібник для студентів економічного факультету освітньо-професійної програми підготовки

бакалавра спеціальності 073 Менеджмент / Олійник Н. Ю. – Кам'янець Подільський, 2020. – 112 с.

5. Осовська Г. В. Комунікації в менеджменті: Курс лекцій [Текст]: навчальний посібник для студентів економічних спеціальностей вищих навчальних закладів / Г. В. Осовська. - К. : Кондор, 2003. - 218 с.

6. Какуріна І.І. «Етика ділового спілкування»: конспект лекцій для студентів І курсу всіх спеціальностей денної та заочної форм навчання / Укл. І.І. Какуріна. Дніпропетровськ: ДВНЗ УДХТУ, 2015.– 96 с.

7. Барановська Л.В., Глушаниця Н.В., Психологія ділового спілкування: навч. посібник / Л. В. Барановська, Н. В. Глушаниця. – К.: НАУ, 2016. – 248 с.

8. Зеліч В.В., Євтухова С.М., Гречаник О.Є. «Аналіз показників комунікативного менеджменту підприємства при здійсненні маркетингового аудиту». Журнал з державного управління, права та економіки «Наукові перспективи». – 2021. – Випуск № 9 (15) 2021. с. 286-297. spectives.pp.ua/index.php/np/article/view/485/488

9. Зарічна О.В., Зеліч В.В. «Етика бізнесу в умовах євроінтеграції» науковий вісник Ужгородського національного університету. Випуск № 44 (спецвипуск), 2022 р.

10. Зеліч В.В. Комунікативний аудит як чинник вибору стратегії комунікації в комунікативному менеджменті підприємства. Актуальні проблеми обліково-аналітичного процесу в управлінні підприємницької діяльності: матеріали VI міжнародної науково-практичної інтернет конференції (м. Мукачєво, 22 листопада 2018 р.). – м. Мукачєво, 2018. – 270 с. 143 -148 с.

Додаткова література

1. Бебик В.М Інформаційно-комунікаційний менеджмент у глобальному суспільстві: психологія, технології, техніка паблік рилейшнз: Моногр. — К.: МАУП, 2005. — 440 с. <http://studentbooks.com.ua/content/view/1035/42/1/0/>

2. Бибик С. П. Ділові документи та правові папери: Листи, протоколи, заяви, договори угоди. -Х.: Фолио, 2005. -491 с.

3. Ботвина Н.В. Міжнародні культурні традиції: мова та етика ділової комунікації: Навчальний посібник. – К., 2002.

4. Матвійчук Н.М. Програма навчальної дисципліни «Комунікативні процеси в менеджменті» підготовки бакалавра галузі знань 07 «Управління та адміністрування», спеціальності 073 «Менеджмент», за освітньо-професійною програмою «Менеджмент». - Луцьк – 2020. – 10.с.

5. Нагаєв В.М. Комунікативний менеджмент: метод. вказівки до самостійного вивчення дисципліни студентам першого (бакалаврського) рівня вищої освіти денної та заочної форм навчання, спеціальності 281 «Публічне управління та адміністрування / Харк. нац. техн. ун-т сіл. госп-ва ім. П. Василенка; Уклад. В.М. Нагаєв. – Харків: [б. в.], 2020. – 28 с.

6. Сагач Г.М. Мистецтво ділової комунікації: [Навч. посібник для студентів екон. спец.] /Київ. ін-т банкірів банку «Україна». — К.: [ПФ «Віста»], 1995. — 177 с.

7. Самойленко В. В. Роль інформаційних та комунікаційних технологій в маркетингових каналах http://peredovik.org/rol_informatsiynih_ta_komunikatsiynih_tehnologiy_v_marketingovih_kanal_ah.html

8. Терещенко Н.М. Методичні рекомендації для самостійного вивчення дисципліни «Комунікативний менеджмент» (для магістрів). – К.: ДП «Вид. дім «Персонал», 2018. – 29 с.

9. Хміль Ф.І. Ділове спілкування: Навчальний посібник. – К., 2004.

10. Шавкун І.Г. Міжкультурна комунікація як складова сучасної менеджмент-освіти // Культурологічний вісник: Науково-теоретичний щорічник Нижньої Наддніпрянщини. - Вип. 23 – Запоріжжя, «Прем'єр», 2009. – С. 115-118. http://ebooks.znu.edu.ua/files/Fakhovivdannya/Kultv/2009_23/shavkun.pdf

11. 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. <http://ebooks.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Shavkun/0009005.pdf>
12. Шавкун І.Г. Філософія менеджменту. Монографія. - Запоріжжя: «ТандемАртСтудія», 2007. – 261 с.
13. 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.
14. 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.
15. 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.
16. Ділові контакти з іноземними партнерами: Навч.-практ. посібник для бізнесмена. – К.: Вид-во Європ. Ун-ту, 2004. – 284с.
17. Шавкун І. Г. Ділова комунікація: сутність та типологізація // Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії: Зб. наук. пр. - Вип. – 38 Запоріжжя: ЗДІА, 2009. – С. 67-75. <http://ebooks.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Shavkun/0009006.pdf>
18. Шавкун І.Г. Основи ділової комунікації: Практикум з навчального курсу «Основи ділової комунікації» для студентів напряму підготовки “Менеджмент”, – Запоріжжя : ЗНУ, 2010. – 100 с. http://ebooks.znu.edu.ua/files/metodychky/2010/10/osn_dil_kommun.pdf
19. Зеліч В.В., Попик В.В. Місце та значення інтернет – комунікацій в управлінні організацією. Актуальні проблеми маркетингового менеджменту в умовах інноваційного розвитку економіки: збірник тез доповідей VIII міжнародної науково- практичної конференції здобувачів та молодих вчениих (26 березня 2021 р.) – м. Луцьк. – 2021 р. – с. 263 – 266.
20. Зеліч В.В., Ямкова Ю. О. Сутність та типологізація комунікативного менеджменту. Актуальні проблеми маркетингового менеджменту в умовах інноваційного розвитку економіки: збірник тез доповідей VIII міжнародної науково- практичної конференції здобувачів та молодих вчениих (26 березня 2021 р.) – м. Луцьк. – 2021 р. – с. 75- 77.
21. Зеліч В.В., Клев'яник Б.В. Роль SEO – оптимізації в діяльності сучасних підприємств: матеріали міжнародної науково-практичної конференції «Актуальні проблеми маркетингового менеджменту. Виклики сьогодення». (21 жовтня 2022 року). – м. Луцьк. – 2022 р.