

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Донецький національний університет економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського

Кафедра маркетингу, менеджменту та публічного адміністрування

Н.С. Приймак

КОМУНІКАТИВНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ

Методичні рекомендації для вивчення дисципліни

**Кривий Ріг
2019**

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Донецький національний університет економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського

Кафедра маркетингу, менеджменту та публічного адміністрування

Н.С. Приймак

КОМУНІКАТИВНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ

Методичні рекомендації для вивчення дисципліни

Затверджено на засіданні
кафедри маркетингу, менеджменту та
публічного адміністрування
Протокол № 3
від “22” жовтня 2018 р.

Схвалено навчально-методичною радою
ДонНУЕТ
Протокол № 3
від “31” січня 2019 р.

**Кривий Ріг
2019**

УДК 005:659.2 (042.4)
П 75

Рецензенти:

І.А. Карабаза- канд. екон. наук, доцент;
П.Д. Каминський - канд. екон. наук, доцент.

Приймак Н.С.

П 75 Комуникативний менеджмент [Текст] : метод. рек. до вивч. дисц. / Н.С. Приймак ; Донец. нац. ун-т економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського, каф. марк., менедж. та публ. адмін. – Кривий Ріг: ДонНУЕТ, 2019. – 45 с.

Методичні рекомендації призначені для студентів всіх форм навчання і покликані допомогти студентам організувати вивчення дисципліни «Комуникативний менеджмент» завдяки інформації щодо змісту модулів та тем дисципліни, планів семінарських занять, завдань для самостійного вивчення та розподілу балів за видами робіт, що виконуються студентами протягом вивчення дисципліни. Методичні рекомендації містять перелік питань для підготовки до підсумкового контролю та перелік основної та додаткової літератури.

УДК 005:659.2 (042.4)

© Приймак Н.С., 2018
© Донецький національний університет
економіки і торгівлі імені Михайла
Туган-Барановського, 2019

ЗМІСТ

| | |
|--|----|
| ВСТУП | 4 |
| ЧАСТИНА 1. МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ З ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ | 5 |
| ЧАСТИНА 2. МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ З ПІДГОТОВКИ ДО ПРАКТИЧНИХ ТА СЕМІНАРСЬКИХ ЗАНЯТЬ | 14 |
| Змістовий модуль 1. Теоретичні основи комунікативного процесу та управління комунікаціями | 14 |
| Змістовий модуль 2. Комунікативний менеджмент на підприємствах | 21 |
| ЧАСТИНА 3. МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ З ОРГАНІЗАЦІЇ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ СТУДЕНТІВ | 24 |
| Змістовий модуль 1. Теоретичні основи комунікативного процесу та управління комунікаціями | 24 |
| Змістовий модуль 2. Комунікативний менеджмент на підприємствах | 34 |

ВСТУП

Успішна реалізація професійних компетентностей фахівця з менеджменту та забезпечення стабільного кар'єрного зростання не можливе без набуття навичок побудови, використання та розвитку комунікаційних зв'язків у професійному та особистому полі існування. Менеджер – це в першу чергу, комунікатор. Саме тому, засвоєння дисципліни «Комунікативний менеджмент» є надзвичайно важливим для здобувачів вищої освіти.

Дисципліна «Комунікативний менеджмент» забезпечує підготовку здобувачів вищої освіти бакалаврського рівня і разом з іншими дисциплінами формує інтегрований підхід до економічної підготовки бакалаврів.

Мета – формування у студентів системи знань з теоретичних питань комунікативного менеджменту і його методології, а також практичних навичок побудови і аналізу ділового спілкування у різних формах та на різних комунікативних рівнях.

Завдання: ознайомлення з теоретичними засадами комунікацій та комунікативного менеджменту, а також процесних основ комунікативного менеджменту; вивчення моделей та видів комунікацій; вивчення організаційних основ управління комунікаціями; ознайомлення з методиками управління комунікаційними процесами; вивчення особливостей комунікативного менеджменту у комерційній та некомерційній сферах; дослідження особливостей використання Інтернет-технологій в комунікативному менеджменті; вивчення особливостей комунікативного менеджменту в кризових і конфліктних ситуаціях.

Методичні вказівки для вивчення дисципліни містять матеріал, який логічно та послідовно розкриває зміст основних тем курсу, завдання для поглибленого засвоєння питань тем, а також завдання для самостійної роботи здобувачів вищої освіти. Основою для складання методичних вказівок стала базова література (підручники, навчальні посібники, монографії).

ЧАСТИНА 1.
МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ З ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

1. Опис дисципліни

| Найменування показників | Характеристика дисципліни |
|--|---|
| Обов'язкова (для студентів спеціальності "назва спеціальності") / вибіркова дисципліна | Вибіркова для студентів спеціальності 073 «Менеджмент» |
| Семестр (осінній / весняний) | осінній |
| Кількість кредитів | 4 |
| Загальна кількість годин | 120 |
| Кількість модулів | 1 |
| Лекції, годин | 30 |
| Практичні / семінарські, годин | 15 |
| Лабораторні, годин | - |
| Самостійна робота, годин | 75 |
| Тижневих годин для денної форми навчання: | |
| аудиторних | 3 |
| самостійної роботи студента | 5 |
| Вид контролю | залік |

2. Програма дисципліни

Ціль – формування у студентів системних знань про концептуальні основи комунікативного менеджменту як наукового управління потоками інформаційної взаємодії людей, їх груп, громадських і політичних формувань з метою рішення стратегічних і тактичних завдань в розвитку громадських стосунків.

Завдання: ознайомлення з теоретичними засадами комунікацій та комунікативного менеджменту, а також процесних основ комунікативного менеджменту; вивчення моделей та видів комунікацій; вивчення організаційних основ управління комунікаціями; ознайомлення з методиками управління комунікаційними процесами; вивчення особливостей комунікативного менеджменту у комерційній та некомерційній сферах; дослідження особливостей використання Інтернет-технологій в комунікативному менеджменті; вивчення особливостей комунікативного менеджменту в кризових і конфліктних ситуаціях.

Предмет: процеси управління системою зовнішніх та внутрішніх комунікацій підприємства.

Зміст дисципліни розкривається в темах:

Тема 1. Сутність та роль комунікативного менеджменту.

Тема 2. Комунікативний менеджмент як процес.

Тема 3. Моделі і види комунікацій.

Тема 4. Організаційні основи управління комунікаціями.

Тема 5. Основи методики управління комунікаційними процесами.

Тема 6. Комунікативний менеджмент в комерційній та некомерційній сфері.

Тема 7. Використання Інтернет-технологій в комунікативному менеджменті.

Тема 8. Особливості комунікативного менеджменту в кризових і конфліктних ситуаціях.

3. Структура дисципліни

| Назви змістових модулів і тем | Кількість годин (денна форма навчання) | | | | |
|--|--|--------------|-----------|----------|-----------|
| | усього | у тому числі | | | |
| | | лекц. | пр./сем. | лаб. | СРС |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| Змістовий модуль 1. Теоретичні основи комунікативного процесу та управління комунікаціями | | | | | |
| Тема 1. Сутність та роль комунікативного менеджменту | 14 | 2 | 2 | | 10 |
| Тема 2. Комунікативний менеджмент як процес | 14 | 2 | 2 | | 10 |
| Тема 3. Моделі і види комунікацій | 16 | 4 | 2 | | 10 |
| Тема 4. Організаційні основи управління комунікаціями | 11 | 4 | 2 | | 5 |
| Тема 5. Основи методики управління комунікаційними процесами | 11 | 4 | 2 | | 5 |
| Разом за змістовим модулем 1 | 66 | 16 | 10 | - | 40 |
| Змістовий модуль 2. Комунікативний менеджмент на підприємствах | | | | | |
| Тема 6. Комунікативний менеджмент в комерційній та некомерційній сфері | 13 | 6 | 2 | | 5 |
| Тема 7. Використання Інтернет-технологій в комунікативному менеджменті | 16 | 4 | 2 | | 10 |
| Тема 8. Особливості комунікативного менеджменту в кризових і конфліктних ситуаціях | 25 | 4 | 1 | | 20 |
| Разом за змістовим модулем 2 | 54 | 14 | 5 | - | 35 |
| Усього годин | 120 | 30 | 15 | | 75 |

4. Теми семінарських/практичних/лабораторних занять

| № з/п | Вид та тема семінарського заняття | Кількість годин |
|-------|--|-----------------|
| 1 | Семінар запитань і відповідей Сутність та роль комунікативного менеджменту | 2 |
| 2 | Семінар з розв'язанням практичних ситуацій Комунікативний менеджмент як процес | 2 |
| 3 | Семінар з розв'язанням практичних ситуацій Моделі і види комунікацій | 2 |
| 4 | Семінар з виконанням практичних ситуацій Організаційні основи управління комунікаціями | 2 |
| 5 | Семінар з виконанням практичних ситуацій Основи методики управління комунікаційними процесами | 2 |
| 6 | Семінар запитань і відповідей Комунікативний менеджмент в комерційній та некомерційній | 2 |

| | | |
|---------------|--|-----------|
| | сфері | |
| 7 | Семинар з виконанням практичних ситуацій Використання Інтернет-технологій в комунікативному менеджменті | 2 |
| 8 | Семинар з виконанням практичних ситуацій Особливості комунікативного менеджменту в кризових і конфліктних ситуаціях | 1 |
| Всього | | 15 |

5. Індивідуальні завдання

1. Огляд періодичної і монографічної наукової літератури.
2. Підготовка рефератів, доповідей за обраною темою.
3. Добір аналітичної інформації за результатами організації діяльності підрозділів комунікативного менеджменту на різних підприємствах та її аналіз.
4. Підготовка тез доповідей з метою виступу на університетських, всеукраїнських та міжнародних семінарах та конференціях.

6. Обсяги, зміст та засоби діагностики самостійної роботи

| Вид та тема семінарських занять | Кількість годин самостійної роботи | Зміст самостійної роботи | Засоби діагностики |
|---|------------------------------------|---|---|
| Змістовий модуль 1. Теоретичні основи комунікативного процесу та управління комунікаціями | | | |
| Семинар запитань і відповідей Тема 1. Сутність та роль комунікативного менеджменту | 10 | 1. Опрацювання конспекту лекцій та рекомендованої літератури для обговорення питань: історія і стратегія розвитку комунікативного менеджменту в сучасному просторі; функції професійно-орієнтованої комунікації; сфери прикладного застосування механізмів і закономірностей комунікативного менеджменту. Джерела [1, 4, 5, 7, 9, 10, 11, 16]. 2. Самотестування. 3. Підготовка до опитування. | Фронтальне та індивідуальне опитування, письмова робота |
| Семинар з розв'язанням практичних ситуацій Тема 2. Комунікативний менеджмент як процес | 10 | 1. Опрацювання конспекту лекцій та рекомендованої літератури для обговорення питань: канали комунікацій; бар'єри комунікацій. Джерело [1, 4, 5, 7, 19, 27, 33]. 2. Самотестування. 3. Підготовка до розв'язання практичних завдань. | Тестування, фронтальне та індивідуальне опитування, розв'язання ситуаційних завдань |
| Семинар з розв'язанням практичних ситуацій Тема 3. Моделі і види комунікацій | 10 | 1. Опрацювання конспекту лекцій та рекомендованої літератури для обговорення питань: тактики спілкування; стандартні моделі комунікаційних функцій менеджменту організації; моделі створення іміджу. Джерело [1, 4, 5, 7, 17, 22, 27, 29]. 2. Самотестування. 3. Підготовка до розв'язання практичних завдань. | Тестування, фронтальне та індивідуальне опитування, розв'язання ситуаційних завдань |
| Семинар з виконанням практичних ситуацій Тема 4. Організаційні основи управління комунікаціями | 5 | 1. Опрацювання конспекту лекцій та рекомендованої літератури для обговорення питань: інституціональні основи управління комунікаціями; структура і функції відділу по комунікаціях в організації. Джерело [1, 4, 5, 7, 9, 10, 11, 13, 17, 21, 27, 29]. 2. Самотестування. 3. Підготовка до розв'язання практичних завдань.. | Тестування, фронтальне та індивідуальне опитування, розв'язання ситуаційних завдань |
| Семинар з виконанням практичних ситуацій Тема 5. Основи методики | 5 | 1. Опрацювання конспекту лекцій та рекомендованої літератури для обговорення питань: методика коучингу; етикет в області комунікацій. | Тестування, фронтальне та індивідуальне |

| | | | |
|--|-----------|---|---|
| управління комунікаційними процесами | | Джерело [1, 4, 5, 7, 27, 29, 31, 30, 34, 35, 36]. 2. Самотестування. 3. Підготовка доповіді. | опитування, розв'язання ситуаційних завдань, заслуховування доповідей |
| Разом змістовий модуль 1 | 40 | | |
| Змістовий модуль 2. Комунікативний менеджмент на підприємствах | | | |
| Семінар запитань і відповідей Тема 6. Комунікативний менеджмент в комерційній та некомерційній сфері | 5 | 1. Опрацювання конспекту лекцій та рекомендованої літератури для обговорення питань: комунікаційна безпека на підприємстві; технологічний та репутаційно-іміджевий напрями в комунікативному менеджменті. Джерела [1, 4, 5, 7, 20, 26, 31, 33, 34, 36]. 2. Самотестування. | Тестування, фронтальне та індивідуальне опитування. |
| Семінар з виконанням практичних ситуацій Тема 7. Використання Інтернет-технологій в комунікативному менеджменті | 10 | 1. Опрацювання конспекту лекцій та рекомендованої літератури для обговорення питань: електронні публікації, їх види та зміст, етапи розробки. основні операції й компоненти розробки Web -сайту; типи сайтів, їх призначення та зміст; інформаційний консалтинг як від інформаційної діяльності, його призначення; інформаційні експертизи та комунікативний аудит як різновиди консалтингової діяльності; методи та засоби захисту інформації; інституціональні основи управління комунікаціями; структура і функції відділу по комунікаціях в організації. Джерела [1, 4, 5, 7, 12,13, 15, 33, 35, 36]. 2. Самотестування. 3. Самоперевірка знань шляхом виконання практичних завдань з використання Інтернет-технологій в процесі комунікацій | Тестування, фронтальне та індивідуальне опитування, розв'язання практичних ситуацій |
| Семінар з виконанням практичних ситуацій Тема 8. Особливості комунікативного менеджменту в кризових і конфліктних ситуаціях | 20 | 1. Опрацювання конспекту лекцій та рекомендованої літератури для обговорення питань: управління комунікаціями в період кризи; конфлікти в публічному спілкуванні; конструктивні і деструктивні функції конфліктів в публічному спілкуванні; технології подолання публічних конфліктів. Джерела [1, 4, 5, 7, 9, 33]. 2. Самотестування. 3. Підготовка до ролевої гри.. | Тестування, фронтальне та індивідуальне опитування, розв'язання практичних ситуацій, проведення ролевої гри |
| Разом змістовий модуль 2 | 35 | | |
| Разом | 75 | | |

7. Матриця зв'язку між дисципліною/ змістовим модулем, результатами навчання та компетентностями

| Результати навчання | Компетентності | | | | | | |
|--|----------------|---|----------------------|---|---|---|---|
| | Загальні | | Предметно-спеціальні | | | | |
| | 1 | 2 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| знати предметну сферу і методологічну основу комунікацій та комунікативного менеджменту | + | | + | | | | |
| розуміти сутність комунікацій як процесу, зміст каналів комунікацій, етапи комунікативного процесу обміну інформацією, розуміти сутність бар'єрів комунікацій та методи їх подолання | | | | + | | | |
| володіти навичками побудови тактик спілкування, розуміти різновиди комунікації і її стратегії, розуміти стандартні моделі комунікаційних функцій менеджменту організації | | | + | | | + | |

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| володіти навичками формування внутрішніх та зовнішніх комунікаційних систем та методами розвитку комунікаційних систем організації | | + | | + | | + | + |
| володіти методами комунікативного впливу, бути обізнаним у методиках коучингу та іміджування | | + | | | + | | |
| знати суть та складові комунікативного менеджменту на промисловому підприємстві, комунікативного менеджменту в державних і цивільних некомерційних організаціях, в муніципальному і місцевому самоврядуванні, володіти навичками дотримання комунікаційної безпеки на підприємстві. | + | | + | | | | + |
| розумітися на типах сайтів, їх призначенні, змісті і етапах розробки, розуміти сутність інформаційного консалтингу, інформаційної експертизи та комунікативного аудиту, володіти навичками їх проведення | + | | | + | + | + | |
| знати обмеження комунікативного менеджменту в кризових ситуаціях, володіти навичками подолання конфліктних ситуацій | + | + | | | | + | |

8. Методи викладання

Лекції, семінарські заняття, самостійна робота (підготовка презентацій, рефератів, самостійно опрацювання додаткових питань за наведеним переліком літератури).

9. Методи оцінювання

Залік.

10. Розподіл балів, які отримують студенти

Відповідно до системи оцінювання знань студентів ДонНУЕТ, рівень сформованості компетентностей студента оцінюються у випадку проведення заліку у 100 балів.

Оцінювання студентів протягом семестру

| № семінарського заняття | Вид роботи/бали | | | | | |
|---------------------------------|---------------------------------------|-----------------------------|-------------------------------------|------------------------|----------|------------|
| | Тестові завдання, письмові опитування | Ситуаційні завдання, задачі | Обговорення теоретичних питань теми | Індивідуальне завдання | ПМК | Сума балів |
| Змістовий модуль 1 | | | | | | |
| Тема 1 | 5 | | 5 | | | 10 |
| Тема 2 | 5 | 3 | 2 | | | 10 |
| Тема 3 | 5 | 2 | 5 | | | 12 |
| Тема 4 | 5 | 2 | 2 | | | 9 |
| Тема 5 | 2 | 2 | 2 | 10 | 5 | 21 |
| Разом змістовий модуль 1 | 22 | 9 | 16 | 10 | 5 | 62 |
| Змістовий модуль 2 | | | | | | |
| Тема 6 | 5 | | 3 | | | 8 |
| Тема 7 | 3 | 5 | 5 | | | 13 |

| | | | | | | |
|---------------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|------------|
| Тема 8 | 5 | 5 | 2 | | 5 | 17 |
| Разом змістовий модуль 2 | 13 | 10 | 10 | | 5 | 38 |
| Разом | 35 | 19 | 26 | 10 | 10 | 100 |

Загальне оцінювання результатів вивчення дисципліни

Для виставлення підсумкової оцінки визначається сума балів, отриманих за результатами поточної успішності та за результатами складання змістових модулів. Оцінювання здійснюється за допомогою шкали оцінювання загальних результатів вивчення дисципліни (модулю).

| Оцінка | | |
|------------------|------------|-------------------|
| 100-бальна шкала | Шкала ECTS | Національна шкала |
| 90-100 | A | 5, «відмінно» |
| 80-89 | B | 4, «добре» |
| 75-79 | C | |
| 70-74 | D | 3, «задовільно» |
| 60-69 | E | |
| 35-59 | FX | 2, «незадовільно» |
| 0-34 | F | |

11. Методичне забезпечення

1. Електронний конспект лекцій.
2. Методичні вказівки з вивчення дисципліни.
3. Індивідуальні завдання.
4. Навчальна та наукова література, нормативні документи.

12. Рекомендована література

Основна

1. Приймак, Н.С. Комунікативний менеджмент [Текст] : конспект лекцій / Н.С. Приймак ; ДонНУЕТ. – Кривий Ріг, 2018. – 62 с.
2. Адаир Дж. Эффективная коммуникация / Дж. Адаир. – М. : Изд-во Эксмо, 2003. – 240 с.
3. Барышников Н. В. Основы профессиональной межкультурной коммуникации: Учебник / Н.В. Барышников. - М.: Вузовский учебник: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 368 с.
4. Зражевська Н. І. Комунікаційні технології: лекції / Н. І. Зражевська. — Черкаси: Брама-Україна, 2010. — 224 с.
5. Крылов А. Н. Коммуникационный менеджмент. Теория и практика взаимодействия бизнеса и общества. 2-е изд. – М.: Издательство ИКАР, 2015. -352 С.

6. Моисеева А. П. Коммуникационный менеджмент : учебное пособие. – Томск : Изд-во ТПУ, 2007. – 104 с.
7. Осовська, Г. В. Комунікації в менеджменті: навч. посіб. для вищ. навч. закл. / Г. В. Осовська. - Київ : Кондор, 2008. - 215 с.
8. Федотова М.Г. Коммуникационный менеджмент: учеб. пособие - Омск: Изд-во ОмГТУ, 2006. – 76 с.
9. Шпак Н. О. Основи комунікативного менеджменту промислових підприємств: монографія / Н. О. Шпак. – Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2011. – 328 с.

Допоміжна

10. Закон України "Про інформацію" від 2 жовтня 1992 р. № 2658 –XII / Відомості Верховної Ради (ВВР), 1992. - №48. Ст. 650.
11. Закон України Про внесення змін до Закону України "Про інформацію" від 13.01.2011 р. N 2938-VI / Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2011, N 32, ст.313
12. Закон України "Про Концепцію Національної програми інформатизації" від 4 лютого 1998 р. № 75/98 – ВР/ Відомості Верховної Ради (ВВР), 1998. - №27-28. Ст. 182.
13. Про державну таємницю : Закон України № 3855-XII із змінами. – Режим доступу: www.rada.gov.ua.
14. Про додаткові заходи щодо забезпечення відкритості у діяльності органів державної влади : Указ Президента України від 1 серп. 2002 р. № 683. – Режим доступу: www.rada.gov.ua.
15. Про доступ до публічної інформації : Закон України. – Режим доступу: www.rada.gov.ua.
16. Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні : Закон України № 2782-XII із змінами. – Режим доступу: www.rada.gov.ua.
17. Про електронний цифровий підпис : Закон України. – Режим доступу: [http:// www.rada.gov.ua](http://www.rada.gov.ua).
18. Про електронні документи та електронний документообіг : Закон України. – Режим доступу: <http:// www.rada.gov.ua>.
19. Про інформаційні агентства : Закон України № 74/95-ВР із змінами. – Режим доступу: www.rada.gov.ua.
20. Литвинова Л. В. Менеджмент і маркетинг електронного урядування : навч. посіб. / Л. В. Литвинова. – К. : НАДУ, 2013. – 268 с.
21. Зверинцев А. Б. Коммуникационный менеджмент : рабочая кн. менеджера PR / А. Б. Зверинцев. – 2 изд., испр. – СПб. : СОЮЗ, 2004. – 288 с.
22. Комунікації в державних інституціях : метод. рек. / уклад. С. О. Борисевич. – К. : НАДУ, 2009. – 32 с.
23. Комунікація: демократичні стандарти в роботі органів державної влади / за заг. ред. канд. наук з держ. упр. Н. К. Дніпренко. – К. : ТОВ "Вістка", 2008. – 164 с.

24. Королько В. Г. Паблік рілейшнз. Наукові основи, методика, практика / В. Г. Королько. – К. : Видавн. дім “Скарби”, 2011. – 400 с.
25. Малімон В. І. Комунікаційна політика в діяльності державного службовця : навч. посіб. / В. І. Малімон. – Івано-Франківськ : ІФОЦППК, Сімик, 2007. – 112 с.
26. Ореховская Н. А. PR в сфере социальной коммуникации: Учебник / Н.А. Ореховская. - М.: Альфа-М, 2013. - 198 с.
27. Почепцов Г. Г. Коммуникативные технологии XX века / Г. Г. Почепцов. – М. : Рефл-бук ; К. : Ваклер, 2001. – 352 с.
28. Почепцов Г. Г. Теория коммуникации / Г. Г. Почепцов. – М. : Рефлбук ; К. : Ваклер, 2001. – 656 с.
29. Романова Ю. Д. Современные информационно-коммуникационные технологии для успеш. ведения бизнеса: Учеб. / Ю.Д.Романова и др. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 279 с.
30. Смирнова Т. В. Моделювання рекламного іміджу : навч. посіб. / Т. В. Смирнова. – К. : ІЖ, 2005. – 166 с.
31. Українське законодавство: засоби масової комунікації. – К. : IREX proMedia, 2012. – 311 с.
32. Шарков Ф. И. Коммуникология: основы теории коммуникации [Электронный ресурс] : Учебник для бакалавров / Ф. И. Шарков. - 4-е изд., перераб. - М. : Издательско-торговая корпорация "Дашков и К-", 2013. - 488 с.

Інформаційні ресурси

33. Інтернет-портал для управлінців [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.management.com.ua>
34. М 21: менеджмент, маркетинг, PR [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.m21.com.ua>
35. Науково-практичний журнал «Менеджмент сьогодні» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://grebennikon.ru/journal-6.html>

**ЧАСТИНА 2.
МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ З ПІДГОТОВКИ ДО
СЕМІНАРСЬКИХ ЗАНЯТЬ**

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ КОМУНІКАТИВНОГО ПРОЦЕСУ ТА УПРАВЛІННЯ КОМУНІКАЦІЯМИ

Тема 1. Сутність та роль комунікативного менеджменту **Семінар запитань і відповідей**

План заняття:

1. Розгорнуте обговорення у формі бесіди основних положень теми та питань самостійного вивчення:

1. Сутність інформації та комунікації.
2. Комунікаційний менеджмент як предмет вивчення.
3. Історія і стратегія розвитку комунікативного менеджменту в сучасному просторі.
4. Роль менеджера з комунікацій в організації.
5. Функції професійно-орієнтованої комунікації.
6. Сфери прикладного застосування механізмів і закономірностей комунікативного менеджменту

2. Визначте, вірним чи невірним є наступне твердження. Відповідь обґрунтуйте:

1. Компетентність формування концепції спілкування та подачі інформації є одним з основних професійних вимог до менеджера з комунікацій.
2. Комунікація являє собою сукупність відомостей (інформаційних даних), які сприймають із навколишнього середовища, видають у навколишнє середовище або зберігають всередині певної системи.
3. Виділяють формальні, неформальні та змішані комунікації.
4. Роль менеджера з комунікацій полягає в тому, щоб служити проміжною, передаточною ланкою в системі контролю над комунікаціями в організації.
5. Особові комунікації вимагають обов'язкового поглибленого знання у своїй і суміжних сферах діяльності.

3. Заповнення словника термінів: інформація, комунікація, комунікативний менеджмент, менеджер з комунікацій.

Тема 2. Комунікативний менеджмент як процес **Семінар з розв'язанням практичних ситуацій**

План заняття:

1. Фронтальне та індивідуальне опитування за основними положеннями теми та питаннями самостійного вивчення:

1. Комунікація як процес.
2. Етапи комунікаційного процесу обміну інформацією.
3. Канали комунікацій.
4. Бар'єри комунікацій.
5. Визначення ефективності в комунікаційному менеджменті.
6. Принципи організації ефективного комунікаційного процесу на підприємстві.

2. *Понятійний диктант.*

3. *Розв'язання практичних ситуацій.*

Ситуація 1. Дайте відповідь: так/ні

1. На сьогодні інформація розглядається як один із найменш важливих ресурсів розвитку суспільства разом із матеріальними, енергетичними і людськими;
2. Управлінська робота — це в основному робота, що ґрунтується на використанні фізичної праці;
3. Комунікація — процес обміну інформацією та змістовим значенням між двома або більше особами;
4. Інформаційні системи мають будуватися з урахуванням забезпечення максимальних зручностей і можливостей для безпосередніх користувачів;
5. У комунікаційному процесі розрізняють два базових елементи — відправник і одержувач;
6. Неформальні комунікації поділяються на вертикальні, горизонтальні та діагональні;
7. "П'ять "С" комунікацій" корисні у процесі оцінювання будь-якого повідомлення;
8. Технічна проблема в комунікації пов'язана з вибором таких символів, що найточніше відображали б бажаний зміст;
9. Семантика вивчає спосіб використання слів і значень, які передаються словами;
10. Позитивним аспектом усних комунікацій є економія часу та забезпечення глибшого взаєморозуміння;

Ситуація 2. Підготуйте коротке телефонне повідомлення про ідею удосконалення продукції, що виникла у Вас, та попросіть оцінити її. При цьому керуйтеся наступними правилами:

- чітко визначте мету розмови, що Ви бажає досягти цією розмовою, кому бажаєте зателефонувати, коли це краще зробити, які документи знадобляться при розмові;

- розмова повинна бути короткою, спочатку сповістите, хто говорить та про що піде мова, і тільки потім пояснюйте причини дзвінка та подробиці, не переривайте розмови, уникайте паралельних розмов, стежте за часом розмови, завершуйте розмову як тільки досягнута її ціль;

- уникайте жаргону, використовуйте паузи, при нерозумінні розмови не дратуйтеся, повторіть все сказане іншими словами;

- пам'ятайте, що телефон потрібен не для розмов, а для домовленостей.

Ситуація 3. Визначте наскільки ефективними є комунікації в Вашій групі, передаючи по ланцюжку спеціально підготовлене інформаційне повідомлення, від одного до іншого в усній формі (у передачі інформації приймають участь всі студенти академічної групи). При формулюванні повідомлення варто застосовувати значну кількість деталей та дрібних подробиць щодо певної події. Перша особа, яка передає повідомлення має підготувати його у письмовому виді, а остання особа після відтвореного повідомлення має звірити його із письмовим варіантом, який був першоджерелом. Результати проаналізуйте та обговоріть.

Тема 3. Моделі і види комунікацій

Семінар з розв'язанням практичних ситуацій

План заняття:

1. Дискусійне обговорення основних положень теми та питань самостійного вивчення:

1. Типи, форми, моделі мовної поведінки та причини їх вибору.
2. Різновиди комунікації і її стратегії.
3. Міжособисті комунікації, комунікації в малих групах і масові комунікації.
4. Тактики спілкування; стандартні моделі комунікаційних функцій менеджменту організації.
5. Структура внутрішніх комунікацій.
6. Моделі створення іміджу.

2. Індивідуальне тестування.

3. Розв'язання практичних ситуацій.

Ситуація 1. Скласти прес-реліз про подію, яка відбулася у навчальному закладі, або яка відбудеться у найближчі терміни.

Вимоги до складання прес-релізу.

«1. Прес-реліз - це короткий документ, обсяг якого має не перевищувати однієї сторінки формату А-4. До ЗМІ щодня надходять сотні прес-релізів від різних організацій. І, як правило, передусім прочитуються ті, що мають зазначений розмір, оскільки час у працівників мас-медіа, які працюють з кореспонденцією, дуже обмежений. Коли вся інформація викладена на одній сторінці, досвідченому працівникові не потрібно докладати додаткових зусиль на її сприйняття. Він здатний одразу зрозуміти, в чому справа.

2. У прес-релізі має бути новина і розкритий тільки один інформаційний привід. Кілька інформаційних приводів розосереджують увагу й не концентрують її на головному. Інформаційний привід стане новиною, коли інформація

актуальна, цікава читачам/глядачам тих ЗМІ, куди направлений прес-реліз, є суспільно значущою та походить від певних лідерів.

3. У прес-релізі мають бути присутні: дата його надсилання; точна назва організації, яка його випускає; відомості про те, де можна уточнити наведену інформацію» [26].

«4. Композиція прес-реліза дозволяє в необхідних випадках скорочувати його, починаючи з кінця. В реальній практиці тільки частина наведеної інформації може бути опублікованою у ЗМІ. Тому в процесі підготовки прес-реліза інформацію розміщують в порядку зменшення її важливості за принципом "перевернутої піраміди". Головні пункти повідомлення фіксуються в перших двох абзацах. Решта - коментарі, аналіз, відомості, пояснення - у наступних.

5. У прес-релізі має бути заголовок, в якому розкрито інформаційний привід. Він є основним елементом, який привертає увагу і розкриває сутність даного документа. Крім цього, заголовок задає тон загального сприйняття тексту повідомлення.

6. У перших двох абзацах надається відповідь на такі, здавалося б, дуже прості запитання: "Що відбулося?", "Де відбулося?", "Коли відбулося?", "За участі кого відбулося?", "Чому відбулося?", "Як відбулося?". Відповіді на них дають змогу усвідомити всю новину повною мірою. Перше речення першого абзацу, як правило, повторює заголовок, при цьому дещо розширює та уточнює його.

7. Прес-релізи стають цікавішими, коли в них цитуються лідери громадськості, котрі коментують ту подію, що відбулася. Добре, якщо висловлювання наведені не в минулому часі, а в теперішньому. Це створює ефект присутності. Однак наведення цитат не обов'язкове, оскільки іноді обсяг прес-реліза не дозволяє це зробити» [32].

8. «У прес-релізі не має бути аббревіатур і скорочень, крім загальноприйнятих. Імена та прізвища наводяться повністю принаймні один раз. Іншомовні імена та прізвища наводяться в оригінальному написанні та в українській транскрипції. Прес-реліз не потрібно перевантажувати цифрами.

9. Прес-реліз інколи може мати в своїй структурі бекграунд.

10. Прес-реліз про подію, яка має відбутися, подається у ЗМІ не пізніше ніж за день до події. А про подію, що відбулася, - безпосередньо по її завершенні.

11. В оформленні прес-реліза в лівому верхньому куті вказують адресу та повну назву організації, з якої він походить. Нижче повідомляють, що це прес-реліз. Ще нижче в лівому куті зазначають дату надсилання, назву ЗМІ та посаду того, кому спрямований даний документ. У правій частині вказують координати особи чи осіб, до яких можна звернутися за додатковою інформацією. Однак ці відомості можна наводити як на початку прес-реліза, до заголовка, так і в самому кінці. Потім зазначають відомості щодо публікації реліза, коли його можна публікувати, а нижче, великими літерами, подається заголовок, після якого вже йде основний текст» [26].

Тема 4. Організаційні основи управління комунікаціями Семінар з розв'язанням практичних ситуацій

План заняття:

1. Обговорення основних положень теми та питань самостійного вивчення:

1. Специфіка формування внутрішніх комунікаційних систем.
2. Інституціональні основи управління комунікаціями.
3. Особливості зовнішніх комунікаційних систем.
4. Напрямок комунікацій в організації.
5. Методи розвитку комунікаційних систем організації.
6. Структура і функції відділу по комунікаціях в організації.

2. Індивідуальне тестування.

3. Розв'язання практичних ситуацій.

Ситуація 1. Ваш товариш і начальник володіє багатьма позитивними якостями та вміннями. У нього ясний розум, він логічно мислить, добрий організатор, вміє планувати свої дії, добре розуміє технічні аспекти своєї роботи. Не дивлячись на те, його співробітники іноді не розуміють, як поступати, тому що він не завжди зрозуміло доносить свою думку, в результаті стаються помилки, а службовці відчують невдоволення та розчарування.

Яким чином Ви би допомогли йому здійснювати комунікацію більш ефективно?

Ситуація 2. Складіть програму комунікологічного дослідження (для організації по вибору). Програма повинна включати наступні основні елементи: виклад мети дослідження; виклад гіпотези, що підлягає перевірці, якщо така є; специфікацію досліджуваних змінних; виклад способу операціоналізації і виміри кожної змінної; детальний опис організації і проведення спостережень; узагальнювальне обговорення майбутнього аналізу зібраних даних.

Тема 5. Основи методики управління комунікаційними процесами Семінар з виконанням практичних ситуацій

1. Обговорення основних положень теми та питань самостійного вивчення:

1. Методи комунікаційного впливу.
2. Комунікативна успішність.
3. Ефективність комунікаційного менеджменту.
4. Методики іміджування.
5. Методика коучингу.
6. Етикет в області комунікацій.

2. Понятійний диктант.

3. Розв'язання практичних ситуацій.

Ситуація 1. Ви менеджер підприємства з виготовлення кондитерських виробів. Керівництвом компанії ініційовано рекламну компанію товарів підприємства на яку витрачено було у перший місяць 123 тис. грн; у другий місяць – 198 тис. грн; у третій місяць 236 тис. грн. До початку рекламної компанії обсяги збуту продукції становили 387 тис. т, а після проведення рекламної компанії – збут збільшився на 11%. Визначити ефективність рекламної компанії, якщо ціна продукції становила 9,56 грн/кг.

Ситуація 2. Складіть план проведення масового святкування професійного свята у місті (наприклад, Дня металурга, Дня залізничника і т.д.). Які комунікаційні прийоми та методи комунікаційного впливу варто застосувати?

4. Заслуховування та обговорювання доповідей.

ЗМІСТОВНИЙ МОДУЛЬ 2 . КОМУНІКАТИВНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ НА ПІДПРИЄМСТВАХ

Тема 6. Комунікативний менеджмент в комерційній та некомерційній сфері Семінар запитань і відповідей

1. Обговорення основних положень теми та питань самостійного вивчення:

1. Комунікаційний менеджмент на промисловому підприємстві.
2. Комунікаційний менеджмент в державних і цивільних некомерційних організаціях.
3. Комунікаційний менеджмент в муніципальному і місцевому самоврядуванні.
4. комунікаційна безпека на підприємстві.
5. Технологічний та репутаційно-іміджевий напрями в комунікативному менеджменті.

2. Індивідуальне тестування.

3. Заповнення словника термінів: комунікаційна безпека, технологічний напрям комунікативного менеджменту, репутаційно - іміджевий напрям комунікативного менеджменту.

Тема 7. Використання Інтернет-технологій в комунікативному менеджменті Семінар з виконанням практичних ситуацій

План заняття:

1. Обговорення основних положень теми та питань самостійного вивчення:

1. Електронні публікації: види, зміст, етапи розробки.
2. Основні операції й компоненти розробки Web –сайту.
2. Типи сайтів, їх призначення, зміст і етапи розробки.
3. Інформаційний консалтинг як від інформаційної діяльності, його призначення.
4. Інформаційні експертизи та комунікативний аудит як різновиди консалтингової діяльності.
5. Інформаційні експертизи та комунікативний аудит як різновиди консалтингової діяльності.
6. Методи та засоби захисту інформації; інституціональні основи управління комунікаціями.
7. Структура і функції відділу по комунікаціях в організації.

2. Індивідуальне тестування.

3. Розв'язання практичних ситуацій.

Ситуація 1. Визначте, вірним чи невірним є наступне твердження. Відповідь обґрунтуйте:

1. В завдання комунікаційного менеджменту в органах влади входить дотримання стандартів електронного обміну : контроль за тим, щоб програмні інформаційні продукти були типовими.

2. В завдання комунікаційного менеджменту в органах влади входить гарантування комунікаційної безпеки.

3. В завдання комунікаційного менеджменту в органах влади входить проведення цільових акцій по електронно-інформаційному супроводу певних державних проектів.

4. В завдання комунікаційного менеджменту в органах влади входить дотримання комунікативної етичності і легітимності.

Ситуація 2. «Вивчіть сайти декількох компаній, які провадять свій бізнес як на традиційних ринках, так і в мережі Інтернет. Визначте, що, на вашу думку, спонукало компанію використовувати Інтернет. Чи пропонують вони в мережі Інтернет ті ж товари/послуги, що і на традиційному ринку?» [6].

Ситуація 3. «Уявіть, що вам доручили підготувати пропозиції по використанню Інтернету для компанії, яка займається виробництвом модного і недорогого одягу для підлітків. Продукція в даний час реалізується через один фірмовий магазин у Львові, декілька столичних універмагів і мережі регіональних дистриб'юторів. Стратегічним завданням компанії є збільшення частки ринку і позиціонування компанії як першої для підлітка, який хоче стильно і недорого одягатися. Оформіть свої пропозиції у вигляді тез для керівництва компанії» [2].

Тема 8. Особливості комунікативного менеджменту в кризових і конфліктних ситуаціях

Семінар з виконанням практичних ситуацій

План заняття:

1. Обговорення основних положень теми та питань самостійного вивчення:

1. Потенціал і обмеження комунікаційного менеджменту в кризових ситуаціях.

2. Типології кризових ситуацій в публічному спілкуванні.

3. Об'єктивні і суб'єктивні чинники зростання соціальних ризиків в сучасних умовах.

4. Кризова ситуація втрати ділової репутації.

2. Індивідуальне тестування.

3. *Заповнення словника термінів:* кризова ситуація в спілкуванні, соціальні ризики, втрата ділової репутації, конфлікт.

3. *Розв'язання практичних ситуацій.*

Ситуація 1. Ви начальник відділу по роботі з клієнтами у сервісній фірмі. Ваші підлеглі (15 чол.) мають конфлікт щодо розподілу коефіцієнту трудової участі у результатах роботи за півріччя. Здійсніть діагностику конфлікту за такими напрямками:

- природа конфліктної ситуації;
- сценарії розвитку конфлікту;
- джерела розповсюдження інформації про конфлікт;
- методи, засоби та форми розв'язання конфлікту.

Ситуація 2. Здійсніть моделювання кризової ситуації втрати ділової репутації та можливих варіантів розв'язання даної конфліктної ситуації.

ЧАСТИНА 3.
МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ З ОРГАНІЗАЦІЇ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ
СТУДЕНТІВ

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ КОМУНІКАТИВНОГО ПРОЦЕСУ ТА УПРАВЛІННЯ КОМУНІКАЦІЯМИ

Тема 1. Сутність та роль комунікативного менеджменту

Форми контролю: фронтальне та індивідуальне опитування, письмова робота.

Завдання для самостійної роботи:

1. *Опрацюйте конспект лекцій та рекомендовану літературу для обговорення теоретичних питань теми на семінарському занятті.*

2. *Самостійно опрацюйте питання:*

- 1). Історія і стратегія розвитку комунікативного менеджменту в сучасному просторі.
- 2). Функції професійно-орієнтованої комунікації.
- 3). Сфери прикладного застосування механізмів і закономірностей комунікативного менеджменту

3. *Письмовий понятійний диктант.*

Література:

1. Адаир, Дж. Эффективная коммуникация / Дж. Адаир. – М. : Изд-во Эксмо, 2003. – 240 с.

2. Крылов, А. Н. Коммуникационный менеджмент. Теория и практика взаимодействия бизнеса и общества. 2-е изд. / А.Н. Крылов. – М.: Издательство ИКАР, 2015. -352 с.

3. Моисеева, А. П. Коммуникационный менеджмент : учебное пособие. / А.П. Моисеева. – Томск : Изд-во ТПУ, 2007. – 104 с.

4. Осовська, Г. В. Комунікації в менеджменті: навч. посіб. для вищ. навч. закл. / Г. В. Осовська. - Київ : Кондор, 2008. - 215 с.

5. Федотова, М.Г. Коммуникационный менеджмент: учеб. пособие / М.Г. Федотова- Омск: Изд-во ОмГТУ, 2006. – 76 с.

Тема 2. Комунікативний менеджмент як процес

Форми контролю: тестування, фронтальне та індивідуальне опитування, розв'язання ситуаційних завдань.

Завдання для самостійної роботи:

1. Опрацюйте конспект лекцій та рекомендовану літературу для обговорення теоретичних питань теми на семінарському занятті.

2. Самостійно опрацюйте питання:

- 1). Канали комунікацій.
- 2). Бар'єри комунікацій.

3. Розв'яжіть тестові завдання.

1. Основна роль комунікацій

- А. досягнення мети організації
- В. звернення
- С. досягти бажаного результату
- Д. досягти бажаної поведінки як окремих осіб, так і колективу

2. Функція комунікації, яка відбиває збудження чи зміна характеру емоційних переживань

- А. інформативна
- В. перцептивна
- С. інтерактивна
- Д. експресивна

3. Спілкування між керівником і його колегами, в основу якого покладені адміністративно-етичні нормативи

- А. маніпулятивне
- В. субординаційне
- С. дружнє
- Д. службово-товариське

4. Предметом комунікаційного менеджменту є

- А. соціальні інститути
- В. різні види спілкування
- С. корпоративні комунікації
- Д. особливості управління організацією

5. Базові елементи комунікаційного процесу

- А. посилач
- В. перешкоди
- С. повідомлення
- Д. канал

3. Розв'яжіть ситуаційні завдання.

Ситуація 1. Залежно від цілей організаторів комунікаційної компанії ефекти бувають: функціональними, дисфункціональними і афункціональними . Так це чи ні? Надайте пояснення двом на вибір ефектам від комунікацій.

Ситуація 2. Важливу роль в комунікаційних мережах організації грає інформація, поширювана у формі чуток. Так це чи ні? Надайте пояснення своїй відповіді.

Література:

1. Адаир, Дж. Эффективная коммуникация / Дж. Адаир. – М. : Изд-во Эксмо, 2003. – 240 с.
2. Крылов, А. Н. Коммуникационный менеджмент. Теория и практика взаимодействия бизнеса и общества. 2-е изд. / А.Н. Крылов. – М.: Издательство ИКАР, 2015. -352 с.
3. Моисеева, А. П. Коммуникационный менеджмент : учебное пособие. / А.П. Моисеева. – Томск : Изд-во ТПУ, 2007. – 104 с.
4. Осовська, Г. В. Комунікації в менеджменті: навч. посіб. для вищ. навч. закл. / Г. В. Осовська. - Київ : Кондор, 2008. - 215 с.
5. Федотова, М.Г. Коммуникационный менеджмент: учеб. Пособие / М.Г. Федотова - Омск: Изд-во ОмГТУ, 2006. – 76 с.

Тема 3. Моделі і види комунікацій

Форми контролю: тестування, фронтальне та індивідуальне опитування, розв'язання ситуаційних завдань.

Завдання для самостійної роботи:

1. Опрацюйте конспект лекцій та рекомендовану літературу для обговорення теоретичних питань теми на семінарському занятті.

2. Самостійно опрацюйте питання:

- 1). Тактики спілкування.
- 2). Стандартні моделі комунікаційних функцій менеджменту організації.
- 3). Моделі створення іміджу.

3. Розв'яжіть тестові завдання.

1. Змістові офіційні повідомлення можуть передаватися таким комунікаційним каналом

- А. вербальним
- В. неформальним
- С. невербальним
- Д. загальним»

2. Вербальний канал комунікації ґрунтується

- А. на засобах комунікації
- В. рівні підсвідомості

- С. мовних здібностях людини
- Д. усьому зазначеному.

3. Вербальний канал комунікації реалізується через

- А. міміку
- В. передавання мовних повідомлень
- С. рухи
- Д. сміх, посмішку, плач

4. Невербальний канал комунікації ґрунтується на використанні

- А. міміки
- В. повідомлень у письмовій формі
- С. повідомлень в усній формі
- Д. усього зазначеного.

5. Для передавання мовних повідомлень людина має володіти

- А. природною мовою
- В. іноземною мовою
- С. штучною мовою
- Д. мовною здібністю

6. Робота з агенствами будується

- А. на договірній основі
- В. ситуаційно
- С. без укладання договорів
- Д. будь-яким із перелічених способів

7. У соціальній комунікації суб'єктом виступає

- А. інформація
- В. документи
- С. особистість
- Д. усе зазначене вище

8. Комунікаційний імідж

- А. є самоціллю організації
- В. формується протягом тривалого часу
- С. є перемінним
- Д. не є об'єктом управління

3. Розв'яжіть ситуаційні завдання.

Ситуація 1. Здійсніть розробку тактики спілкування:

- кандидата на виборну посаду на підприємстві із його опонентом;
- знов призначеного керівника та його підлеглих, які чинили опір його призначенню.

Ситуація 2. Узагальність 10 основних помилок у формуванні комунікаційного іміджу публічної особи (будь-яка особа, яка займає провідну посаду у галузі менеджменту).

Література:

1. Адаир, Дж. Эффективная коммуникация / Дж. Адаир. – М. : Изд-во Эксмо, 2003. – 240 с.
2. Крылов, А. Н. Коммуникационный менеджмент. Теория и практика взаимодействия бизнеса и общества. 2-е изд. – М.: Издательство ИКАР, 2015. -352 с.
3. Моисеева, А. П. Коммуникационный менеджмент : учебное пособие. – Томск : Изд-во ТПУ, 2007. – 104 с.
4. Осовська, Г. В. Комунікації в менеджменті: навч. посіб. для вищ. навч. закл. / Г. В. Осовська. - Київ : Кондор, 2008. - 215 с.
5. Приймак, Н.С. Комунікативний менеджмент [Текст] : конспект лекцій / Н.С. Приймак ; ДонНУЕТ. – Кривий Ріг, 2018. – 47 с.
6. Федотова, М.Г. Коммуникационный менеджмент: учеб. пособие - Омск: Изд-во ОмГТУ, 2006. – 76 с.
7. Почепцов, Г. Г. Коммуникативные технологии XX века / Г. Г. Почепцов. – М. : Рефл-бук ; К. : Ваклер, 2001. – 352 с.

Тема 4. Організаційні основи управління комунікаціями

Форми контролю: тестування, фронтальне та індивідуальне опитування, розв'язання ситуаційних завдань.

Завдання для самостійної роботи:

1. Опрацюйте конспект лекцій та рекомендовану літературу для обговорення теоретичних питань теми на семінарському занятті.

2. Самостійно опрацюйте питання:

- 1). Інституціональні основи управління комунікаціями.
- 2). Структура і функції відділу по комунікаціях в організації.

3. Розв'яжіть тестові завдання.

1. До інформаційних потоків МОВ відносять таку інформацію

- А. розпорядчо-директивну
- В. офіційну, суспільну
- С. вихідну управлінську
- Д. всі наведені відповіді вірні

2. Прийняття і реалізація державних рішень, заснованих на результативності використання сучасних інформаційних і комунікативних технологій, це

- A. державне управління
- B. муніципальне управління
- C. менеджмент
- D. маркетинг

3. Поняття “інформація” і її ролі у сфері державного управління передбачає аспекти

- A. властивість інформації полягає у її здатності втілюватися в різні сигнали (або знаки) та відтворюватися з них
- B. інформація виникає в результаті діяльності суб'єкта
- C. інформація – невід'ємний елемент процесу управління
- D. всі наведені відповіді вірні

4. Термін “комунікація” у державному управлінні визначається як

- A. процес
- B. рух інформації
- C. суб'єкт управління
- D. вірна відповідь відсутня

5. За будь-якої побудови відділу комунікації в організації об'єктом комунікаційної діяльності є:

- A. індивід
- B. біологічна пам'ять індивіда
- C. соціальна пам'ять групи індивідів
- D. психічна пам'ять індивіда

6. Спічрайтер в організації— це

- A. фахівець з ведення переговорів
- B. фахівець з налагодження комунікацій в кризових ситуаціях
- C. спеціаліст з публічних виступів, написання промов
- D. спеціаліст, що пропонує інформацію залежно від запитів ЗМІ

7. Спічрайтер в організації

- A. є обов'язковою посадою у відділі комунікацій
- B. може бути найманим працівником на умовах контракту
- C. є начальником відділу комунікацій
- D. вірна відповідь відсутня

8. На сучасних підприємствах розрізняють два шляхи поширення формальної інформації серед яких

- A. офіційний та неофіційний
- B. горизонтальний чи вертикальний
- C. обов'язковий та необов'язковий

Д. першорядний чи другорядний

3. Розв'яжіть ситуаційні завдання.

Ситуація 1. Наведіть 5 переваг та 5 недоліків організації комунікаційних зв'язків:

- державної влади (орган державного управління оберіть на власний розсуд);
- місцевих органів влади міста Кривий Ріг.

Ситуація 2. Здійсніть розробку організаційної структури відділу комунікацій:

- промислового підприємства (на вибір студентів);
- торгівельного підприємства із розгалуженою системою філій по всій Україні (на вибір студентів).

Література:

1. Приймак, Н.С. Комунікативний менеджмент [Текст] : конспект лекцій / Н.С. Приймак ; ДонНУЕТ. – Кривий Ріг, 2018. – 47 с.

2. Барышников, Н. В. Основы профессиональной межкультурной коммуникации: Учебник / Н.В. Барышников. - М.: Вузовский учебник: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 368 с.

3. Малімон, В. І. Комунікаційна політика в діяльності державного службовця : навч. посіб. / В. І. Малімон. – Івано-Франківськ : ІФОЦППК, Сімик, 2007. – 112 с.

4. Моисеева, А. П. Коммуникационный менеджмент : учебное пособие. – Томск : Изд-во ТПУ, 2007. – 104 с.

5. Комунікація: демократичні стандарти в роботі органів державної влади / за заг. ред. канд. наук з держ. упр. Н. К. Дніпренко. – К. : ТОВ "Вістка", 2008. – 164 с.

6. Комунікації в державних інституціях: метод. рек. / уклад. С. О. Борисевич. – К. : НАДУ, 2009. – 32 с.

Тема 5. Основи методики управління комунікаційними процесами.

Форми контролю: тестування, фронтальне та індивідуальне опитування, розв'язання ситуаційних завдань, заслуховування доповідей.

Завдання для самостійної роботи:

3. Опрацюйте конспект лекцій та рекомендовану літературу для обговорення теоретичних питань теми на семінарському занятті.

4. Самостійно опрацюйте питання:

- 1). Методика коучингу.

2). Етикет в області комунікацій.

3. Розв'яжіть тестові завдання.

1. Англійське слово «coach» перекладається як

- А. тест
- В. тренування
- С. настанова
- Д. приклад

2. Метод, який поєднує принципи консультування та тренінгу, але не в класичному вигляді

- А. тренінг
- В. коучинг
- С. урок
- Д. колоквиум

3. Коуч у процесі коучингу виконує роль

- А. учителя
- В. наставника
- С. диктатора
- Д. провідника

4. Етикет – це ...

- А. сукупність правил поведінки
- В. форма звертання
- С. сукупність правил поведінки, які регулюють зовнішні прояви людських стосунків
- Д. різновид етики

5. Діловий етикет – це ...

- А. форма ділового звертання та представлення
- В. сукупність правил поведінки, які регулюють зовнішні прояви людських стосунків
- С. найбільш фаха форма ділових відносин
- Д. норми, які регулюють стиль роботи, поведінки та спілкування при вирішенні ділових проблем

6. Діловий протокол – це ...

- А. правила, що регламентують порядок ділових зустрічей і переговорів та ділових стосунків в цілому
- В. правила оформлення документів
- С. сукупність правил, традицій, яких дотримуються в міжнародних стосунках
- Д. сукупність правил діловодства компанії

7. Які з названих деталей свідчать про увагу слухачів до оратора

- А. погляди слухачів спрямовані вбік
- В. нахил слухачів в бік оратора
- С. закинута нога на ногу, тіло нахилене назад
- Д. ноги під прямим кутом, долоні на колінах

8. Яким має бути розмір візитної картки для чоловіків

- А. 90×50
- В. 80×40
- С. 80×50.
- Д. 60×40

9. Які подарунки ми можемо дарувати в діловій сфері

- А. сорочку
- В. парфуми
- С. краватку
- Д. мило

10. Скільки кольорів може одночасно поєднуватися в діловому костюмі

- А. не більше чотирьох
- В. не більше трьох
- С. не більше двох
- Д. не більше п'яти

3. Розв'яжіть ситуаційні завдання.

Ситуація 1. «На сьогоднішній ранок Ви для серйозної бесіди викликали підлеглого, що часто спізнюється на роботу. Ви за збігом обставин, затрималися вдома і прийшли на роботу з запізненням. Підлеглий чекає вас» [2, с. 111]. Як Вам варто поводитись? Побудуйте план спілкування.

Ситуація 2. «Чотири чоловіки та одна жінка зібралися на нараду керівників відділів компанії у залі засідань. Коли до приміщення увійшов пан Червоненко, віце-президент компанії, чоловіки піднялися зі своїх місць, підійшли до пана Червоненка, привіталися з ним та потиснули руки. Жінка не піднялася і не підійшла до віце-президента. Він також не підійшов до неї. Вона кивнула віце-президенту і той кивнув у відповідь. Нарada почалась. Де допущено помилки?» [5, с.33-34]

Ситуація 3. «Чоловік і жінка, які мають рівне службове становище, ідуть по коридору. Співробітниця підходить до дверей першою, при цьому чоловік покvapливо обходить її, щоб відкрити двері для неї. Співробітниця заперече. Де допущено помилку?» [4, с. 121-122].

4. Підготуйтеся до презентації доповіді, використовуючи мультимедійне візуальне супроводження, за темами:

- 1). Сучасні вимоги до коучингу у промисловій сфері.
- 2). Сучасні вимоги до коучингу у непромисловій сфері.
- 3). Характеристика особистості коучера.

- 4). Особливості ділового етикету у США.
- 5). Особливості ділового етикету у Японії.
- 6). Особливості ділового етикету в Україні.

Література:

1. Приймак, Н.С. Комуникативний менеджмент [Текст] : конспект лекцій / Н.С. Приймак ; ДонНУЕТ. – Кривий Ріг, 2018. – 47 с.
2. Барышников, Н. В. Основы профессиональной межкультурной коммуникации: Учебник / Н.В. Барышников. - М.: Вузовский учебник: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 368 с.
3. Шпак, Н. О. Основы комуникативного менеджменту промислових підприємств: монографія / Н. О. Шпак. – Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2011. – 328 с.
4. Шарков, Ф. И. Коммуникология: основы теории коммуникации [Электронный ресурс] : Учебник для бакалавров / Ф. И. Шарков. - 4-е изд., перераб. - М. : Издательско-торговая корпорация "Дашков и К-", 2013. - 488 с.
5. Інтернет-портал для управлінців [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.management.com.ua>.

ЗМІСТОВНИЙ МОДУЛЬ 2 . КОМУНІКАТИВНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ НА ПІДПРИЄМСТВАХ

Тема 6. Комуникативний менеджмент в комерційній та некомерційній сфері.

Форми контролю: тестування, фронтальне та індивідуальне опитування.

Завдання для самостійної роботи:

1. Опрацюйте конспект лекцій та рекомендовану літературу для обговорення теоретичних питань теми на семінарському занятті.

2. Самостійно опрацюйте питання:

- 1). Комунікаційна безпека на підприємстві.
- 2). Технологічний та репутаційно-іміджевий напрями в комуникативному менеджменті.

3. Розв'яжіть тестові завдання.

1. По відношенню до неформальної комунікації в організації виділяється декілька комуникативних ролей. Визначте зайвий

- А. «інтерпретатори»
- В. «прибічники»
- С. «супротивники»
- Д. «приймаючі рішення»

2. Засоби публічної комунікації, до яких відносяться ЗМІ

- A. методичні
- B. технічні
- C. особові
- D. соціальні

3. Стандарти, які визначають структуру і формат документів, що проходять по електронних каналах, а також послідовність даних, що містяться в них

- A. інформаційні стандарти
- B. адміністративні регламенти
- C. технічні стандарти
- D. комунікаційні стандарти

4. Уподібнення, упізнання об'єктів, осіб в процесі порівняння та зіставлення

- A. ідентифікація
- B. диференціація
- C. соціалізація
- D. інтеграція

5. Діяльність органів державної влади по ефективному виявленню спеціальних запитів респондентів, по підтримці і поліпшенню добробуту як громадян, так і суспільства в цілому – це

- A. політичний маркетинг
- B. соціальний маркетинг
- C. комбі маркетинг
- D. вірна відповідь відсутня

6. Специфічна професійна діяльність, що робиться для створення, підтримка і зміни поведінки громадськості по відношенню до державних владних органів, політичних партій, до демократичних інститутів, до формування громадянського суспільства - це

- A. політичний маркетинг
- B. соціальний маркетинг
- C. комбі маркетинг
- D. вірна відповідь відсутня

7. Технологічні функції комунікаційного менеджменту на промисловому підприємстві здійснюються за допомогою

- A. засобів масової інформації
- B. телефонного зв'язку
- C. корпоративної інформаційної мережі
- D. всього переліченого

8. Необхідними технічними засобами для обміну інформацією можуть бути

- А. розгалужений внутрішній телефонний зв'язок
- В. комп'ютерна мережа
- С. система відео конференцій
- Д. всі відповіді вірні

9. Цей вид діяльності комунікаційного менеджменту орієнтований на інформаційне забезпечення етико-делової репутації бізнесу або держпідприємства і несе відповідальність за технології формування інвестиційної привабливості ділової структури

- А. технічний напрям
- В. технологічний напрям
- С. репутаційно-іміджевий напрям
- Д. інвестиційний напрям

10. Завдання прес-служби полягає в

- А. технічній подачі інформації
- В. освітленні діяльності ділової структури в ЗМІ, підтримці з ними коректних стосунків
- С. дотриманні комунікаційної безпеки
- Д. формуванні іміджу організації серед її учасників та співробітників

Література:

1. Приймак, Н.С. Комунікативний менеджмент [Текст] : конспект лекцій / Н.С. Приймак ; ДонНУЕТ. – Кривий Ріг, 2018. – 47 с.

2. Барышников, Н. В. Основы профессиональной межкультурной коммуникации: Учебник / Н.В. Барышников. - М.: Вузовский учебник: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 368 с.

3. Зражевська, Н. І. Комунікаційні технології: лекції / Н. І. Зражевська. — Черкаси: Брама-Україна, 2010. — 224 с.

4. Шпак, Н. О. Основы комунікативного менеджменту промислових підприємств: монографія / Н. О. Шпак. – Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2011. – 328 с.

5. Шарков, Ф. И. Коммуникология: основы теории коммуникации [Электронный ресурс] : Учебник для бакалавров / Ф. И. Шарков. - 4-е изд., перераб. - М. : Издательско-торговая корпорация "Дашков и К-", 2013. - 488 с.

6. Малімон В. І. Комунікаційна політика в діяльності державного службовця : навч. посіб. / В. І. Малімон. – Івано-Франківськ : ІФОЦППК, Сімик, 2007. – 112 с.

Тема 7. Використання Інтернет-технологій в комунікативному менеджменті

Форми контролю: тестування, фронтальне та індивідуальне опитування, розв'язання практичних ситуацій.

Завдання для самостійної роботи:

1. *Опрацюйте конспект лекцій та рекомендовану літературу для обговорення теоретичних питань теми на семінарському занятті.*

2. *Самостійно опрацюйте питання:*

1). Електронні публікації, їх види та зміст, етапи розробки. основні операції й компоненти розробки Web -сайту; типи сайтів, їх призначення та зміст.

2). Інформаційний консалтинг як від інформаційної діяльності, його призначення.

3). Інформаційні експертизи та комунікативний аудит як різновиди консалтингової діяльності.

4). Методи та засоби захисту інформації; інституціональні основи управління комунікаціями.

5). Структура і функції відділу по комунікаціях в організації.

3. *Розв'яжіть тестові завдання.*

1. Програми Corel DRAW, Adobe Illustrator, це

- А. програми обробки растрової графіки
- В. програми обробки векторної графіки
- С. програми переглядання web-сторінок
- Д. прості текстові редактори

2. Блокнот із стандартного постачання Windows або один HTML-редакторів, які мають вбудовані команди на перевірку правильності тегів і структури документів, це

- А. програми обробки растрової графіки
- В. програми обробки векторної графіки
- С. програми переглядання web-сторінок
- Д. прості текстові редактори

3. Microsoft Internet Explorer, Opera та Mozilla FireFox, це

- А. програми обробки растрової графіки
- В. програми обробки векторної графіки
- С. програми переглядання web-сторінок
- Д. прості текстові редактори

4. Оприлюднення деяких відомостей у електронних ЗМІ, це

- А. оголошення
- В. публікація
- С. пост
- Д. запис

5. За способом розповсюдження публікації можна поділити на

- A. друковані та електронні
- B. письмові та друковані
- C. електронні та паперові
- D. письмові та електронні

6. Комплексний процес, який складається з кількох етапів: набору, редагування і коригування тексту, підготовки зображень, розробки дизайну та верстки видання, це

- A. підготовка оголошення
- B. підготовка публікації
- C. написання посту
- D. формування запису

7. Документ, який користувач одержує в результаті прочитування HTML-файлу спеціальною програмою — Web-оглядачем, це

- A. Web-сторінка
- B. Вузол Web
- C. Web-ресурс
- D. Web-сторінка

8. Спеціалізований вид послуг, орієнтований на задоволення інформаційних потреб замовника, інформаційний супровід прийняття управлінських рішень, підтримку бізнес-угод і вироблення оптимальних шляхів використання інформаційних ресурсів у практиці управління організаційними змінами, це

- A. інформаційна експертиза
- B. GIF-консалтинг
- C. інформаційний консалтинг
- D. маркетинговий консалтинг

9. Перевірка достовірності інформації, зокрема шляхом зіставлення отриманих результатів (на всіх стадіях розробки) з інформаційними даними, це

- A. інформаційна експертиза
- B. GIF-консалтинг
- C. інформаційний консалтинг
- D. маркетинговий консалтинг

10. Процес виявлення й аналізу зовнішньої та внутрішньої інформації стосовно організації, яка безпосередньо або неявно характеризує репутацію закладу (фірми, установи тощо), його образ, що сформувався в уявленнях різних груп громадськості та персоналу, це

- A. інформаційна експертиза
- B. комунікативний аудит
- C. інформаційний консалтинг

Д. маркетинговий консалтинг

3. Розв'яжіть ситуаційні завдання.

Ситуація 1. За допомогою яких комунікаційних подій у електронному просторі можна мобілізувати ресурси співробітників і громадської думки для вирішення корпоративних завдань? Відповідь поясніть, наведіть приклади.

Ситуація 2. За допомогою яких комунікаційних подій у мережі Інтернет можна пояснити персоналу фінансові результати роботи компанії? Відповідь поясніть.

Література:

1. Приймак, Н.С. Комунікативний менеджмент [Текст] : конспект лекцій / Н.С. Приймак ; ДонНУЕТ. – Кривий Ріг, 2018. – 47 с.
2. Адаир, Дж. Эффективная коммуникация / Дж. Адаир. – М. : Изд-во Эксмо, 2003. – 240 с.
3. Крылов, А. Н. Коммуникационный менеджмент. Теория и практика взаимодействия бизнеса и общества. 2-е изд. – М.: Издательство ИКАР, 2015. - 352 с.
4. Моисеева, А. П. Коммуникационный менеджмент : учебное пособие. – Томск : Изд-во ТПУ, 2007. – 104 с.
5. Осовська, Г. В. Комунікації в менеджменті: навч. посіб. для вищ. навч. закл. / Г. В. Осовська. - Київ : Кондор, 2008. - 215 с.
6. Федотова, М.Г. Коммуникационный менеджмент: учеб. пособие - Омск: Изд-во ОмГТУ, 2006. – 76 с.
7. Литвинова, Л. В. Менеджмент і маркетинг електронного урядування : навч. посіб. / Л. В. Литвинова. – К. : НАДУ, 2013. – 268 с.

Тема 8. Особливості комунікативного менеджменту в кризових і конфліктних ситуаціях

Форми контролю: тестування, фронтальне та індивідуальне опитування, розв'язання практичних ситуацій, проведення ролевої гри.

Завдання для самостійної роботи:

1. Опрацюйте конспект лекцій та рекомендовану літературу для обговорення теоретичних питань теми на семінарському занятті.

2. Самостійно опрацюйте питання:

- 1). Управління комунікаціями в період кризи.
- 2). Конфлікти в публічному спілкуванні.
- 3). Конструктивні і деструктивні функції конфліктів в публічному спілкуванні.

4). Технології подолання публічних конфліктів.

3. Розв'яжіть тестові завдання.

1. У сфері антикризових комунікацій найбільш ефективною є

- A. стратегія інформування
- B. стратегія переконання
- C. стратегія діалогу
- D. стратегія формування згоди

2. Авіакатастрофи, псування продуктів, смерть провідного керівника, землетруси, паніка - це приклади

- A. несподіваних криз
- B. криз, що назрівають
- C. безперервних криз
- D. перервних криз

3. Незадоволення працівників і несприятливий моральний клімат в колективі - це приклади

- A. несподіваних криз
- B. криз, що назрівають
- C. безперервних криз
- D. перервних криз

4. Плітки або спекуляції, що повідомляються засобами масової інформації чи що передаються з вуст у вуста - це приклади

- A. несподіваних криз
- B. криз, що назрівають
- C. безперервних криз
- D. перервних криз

5. До зовнішніх джерел підбору персоналу в організації відноситься

- A. центри зайнятості
- B. ротація
- C. агентства по найму
- D. пошук кандидатів через ЗМІ

6. Крайнє загострення протиріч в соціально-економічній системі (організації), загрозливе її життєстійкості в довкіллі, це

- A. криза
- B. фрустрація
- C. непорозуміння
- D. конфлікт

7. Природні, громадські, екологічні кризи виділяються за ознакою

- A. за масштабом прояву

- В. по проблематиці кризи
- С. по структурі стосунків
- Д. безпосередніх причин виникнення

8. Загальні і локальні кризи виділяються за ознакою

- А. за масштабом прояву
- В. по проблематиці кризи
- С. по структурі стосунків
- Д. безпосередніх причин виникнення

9. До центральних проблем, що виникають при кризі в організації відносять

- А. втрата довіри до джерел інформації
- В. колосальний дефіцит інформації
- С. оцінка ситуації не раціонально, а емоційно
- Д. всі наведені відповіді вірні

10. Ключовий принцип комунікації під час кризи

- А. «не ділитися»
- В. «не спілкуватися»
- С. «не замикатися»
- Д. «не питати»

3. Розв'яжіть ситуаційні завдання.

Визначте, вірним чи невірним є наступне твердження. Відповідь обґрунтуйте:

1). Економічна ефективність є однією з організаційних цінностей, що відбиваються в корпоративній культурі.

2). Конфлікт можна визначити як розлад, занепад, загострення протиріч.

5. Ролева гра: «Комунікаційний менеджмент в умовах кризи».

Опис: учасники гри діляться на дві команди, кожна з яких розробляє план дій в конкретних кризових умовах і програє його перед іншою командою, яка в цій грі виконує функції різних цільових груп громадськості. Потім команди міняються ролями.

Література:

1. Приймак, Н.С. Комунікативний менеджмент [Текст] : конспект лекцій / Н.С. Приймак ; ДонНУЕТ. – Кривий Ріг, 2018. – 47 с.

2. Адаир, Дж. Эффективная коммуникация / Дж. Адаир. – М. : Изд-во Эксмо, 2003. – 240 с.

3. Крылов, А. Н. Коммуникационный менеджмент. Теория и практика взаимодействия бизнеса и общества. 2-е изд. – М.: Издательство ИКАР, 2015. -352 с.

4. Моисеева, А. П. Коммуникационный менеджмент : учебное пособие. – Томск : Изд-во ТПУ, 2007. – 104 с.

5. Осовська, Г. В. Комунікації в менеджменті: навч. посіб. для вищ. навч. закл. / Г. В. Осовська. - Київ : Кондор, 2008. - 215 с.

6. Федотова, М.Г. Коммуникационный менеджмент: учеб. пособие - Омск: Изд-во ОмГТУ, 2006. – 76 с.

7. Шарков, Ф. И. Коммуникология: основы теории коммуникации [Электронный ресурс] : Учебник для бакалавров / Ф. И. Шарков. - 4-е изд., перераб. - М. : Издательско-торговая корпорация "Дашков и К-", 2013. - 488 с.

Навчальне видання

Приймак Наталія Сергіївна, к.е.н., доцент

Кафедра маркетингу, менеджменту та публічного адміністрування

КОМУНІКАТИВНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ

Методичні рекомендації для вивчення дисципліни

**Зведений план 2016 р., поз. № __
Донецький національний університет економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського
50005, Дніпропетровська обл.,
м. Кривий Ріг, вул. Островського, 16.**