

## Опис вибіркової дисципліни

**Назва модуля (дисципліни): КОМУНІКАТИВНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ**

**Рівень вищої освіти: БАКАЛАВР**

**Обсяг дисципліни:** кількість годин - 150; кількість кредитів ECTS – 5.0

**Мова викладання:** українська

**Кафедра:** Публічного управління, менеджменту та маркетингу

**Викладачі:** к.е.н., доц. Ткаченко Н.Е.

**Максимальна кількість здобувачів вищої освіти, які можуть обрати дисципліну:** не обмежується

**Рекомендований семестр для вивчення навчальної дисципліни:** 7

**Вимоги до початку вивчення (пререквізити):** для вивчення дисципліни "Комунікативний менеджмент" здобувач вищої освіти попередньо повинен набути програмні результати навчання, пов'язані з основами менеджменту, українською мовою за професійним спрямуванням, психологією ділового спілкування.

### **Що буде вивчатися:**

Основні положення і базові характеристики комунікативного менеджменту. Об'єкти і суб'єкти корпоративних комунікацій. Специфіка функцій комунікативного менеджменту. Комунікації як об'єкт управління. Основний зміст, функції та складові забезпечення процесу комунікацій. Види комунікацій. Моделі комунікації.

Теорії комунікацій. Моделі комунікацій. Роль і рівні комунікації в організаціях. Комунікативні ролі. Вербальні комунікації: Публічні виступи, ведення переговорів. Письмові комунікації. Невербальні комунікації. Комунікативні мережі та їх види.

Корпоративні комунікації. Види публічного спілкування. Стратегії взаємодії. Цілі публічного спілкування. Класифікація засобів публічної комунікації. Методи комунікативного впливу. Комунікаційна політика організації. Особливості комунікаційного менеджменту та зв'язків з громадськістю на різних рівнях організаційного середовища.

### **Чому це цікаво/треба вивчати:**

**Після вивчення дисципліни здобувач вищої освіти здобуде компетентності у вигляді знань:**

мати поглиблені системні знання про сутність, природу та зміст комунікацій, канали, засоби, моделі комунікацій; сутність, основні етапи та елементи процесу комунікації, знати теоретичні засади управління комунікаціями, розуміти особливості використання інформації в менеджменті, знати організаційні засади управління комунікаціями, планування і управління комунікативними процесами; розуміти напрями формування комунікаційної політики організації, знати особливості та засоби корпоративних комунікацій, формування громадської думки, іміджу; розуміти технології комунікаційного забезпечення.

## **Після вивчення дисципліни здобувач вищої освіти здобуде компетентності у вигляді вмінь:**

змістовно розробляти комунікативні заходи, підбирати необхідні методи і засоби комунікацій; володіти прийомами створення корпоративних комунікацій; визначати комунікаційну структуру організації; формувати комунікаційну політику; володіти формами ведення та засобами корпоративної комунікації; формами та методами зв'язків з громадськістю.

## **Чому можна навчитися (результати навчання):**

приймати управлінські рішення з метою підвищення комунікаційної ефективності організації; розробляти стратегію та тактику діяльності організації в сфері комунікативного менеджменту; виявляти причини відхилення від плану, недоліків в роботі та виявленні резервів у сфері організаційних комунікацій; самостійно розробляти моделі ефективних комунікацій на підприємстві; самостійно розробляти програми залучення ЗМІ до поширення інформації про підприємство; розробляти рекомендації, щодо вирішення задач, що постають перед сучасними керівниками у різних сферах комунікаційної діяльності

## **Як можна користуватися набутими знаннями та вміннями (компетентностями):**

Знання та вміння, отримані студентом під час вивчення навчальної дисципліни «Комунікативний менеджмент», використовуються в подальшому при вивченні багатьох наступних дисциплін професійної підготовки фахівця з базовою та повною вищою освітою. Набуті у процесі вивчення дисципліни компетентності зумовлюють здатність здобувача вищої освіти розв'язувати складні задачі і проблеми у сфері комунікацій на підприємстві та управління ними.

## **Рекомендована література:**

1. Крылов А. Н. Менеджмент коммуникаций. Теория и практика. – М.: Издательство Национального института бизнеса, 2002.
2. Орлов А.С. Введение в коммуникационный менеджмент. – М.: Гардарики, 2005.
3. Рева В.Е. Коммуникационный менеджмент: Учеб. пособие / В.Е. Рева; Пенз. гос. ун-т. – Пенза: 2001.
4. Шепель В. Коммуникационный менеджмент. Учебное пособие. – М.: Гардарики, 2004.
6. БодуанЖ.-П. Управление имиджем компании. Паблик рилейшнз: предмет и мастерство: Пер. с фр. / Ж.-П. Бодуан.– М.: Консалтинговая группа "ИМИДЖ-Контакт": ИНФРА-М, 2001.
7. Варакута С.А. Связи общественностью: Учеб. пособие/ С.А. Варакута, Ю.М. Егоров. – М.: ИНФРА-М, 2001.
8. Векслер А.Ф. Связи с общественностью для бизнеса / А.Ф. Векслер. – Н. Новгород: Изд. центр агентства "PR-Эксперт", 2001.
9. Вылегжанин Д.А. Теория и практика паблик рилейшнз: Учебное пособие. – ГФУП "Издательство "Иваново", 2003.

**Форми та методи навчання:** лекції, практичні заняття, самостійна робота

**Методи і критерії оцінювання:**

Поточний контроль: експрес-контрольні роботи, письмові контрольні роботи, тестування, опитування на практичних заняттях.