

ВСТУП

Програма навчальної дисципліни «Комунікативний менеджмент» складена відповідно до освітньо-професійної програми підготовки Менеджмент підприємства спеціальності 073 Менеджмент.

Предметом вивчення навчальної дисципліни є: процеси та методи управління сучасними комунікаціями та форми ділових комунікацій.

Міждисциплінарні зв'язки: тісно пов'язана з дисциплінами «Маркетинг», «Менеджмент», «Самоменеджмент», які вивчалися раніше.

1. Мета та завдання навчальної дисципліни

1.1. Метою вивчення навчальної дисципліни «Комунікативний менеджмент» є надання майбутнім фахівцям знань про теорію та практику результативного управління сферою 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.

1.2. Основними завданнями вивчення навчальної дисципліни «Комунікативний менеджмент» є формування у майбутніх фахівців сучасного системного мислення та комплексу спеціальних знань у галузі вивчення суті, видів комунікацій. у підприємстві.

1.3. Згідно з вимогами освітньо-професійної програми у здобувачів вищої освіти має бути сформовані наступні елементи компетентності:

загальні:

Здатність до абстрактного мислення, аналізу, синтезу

Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях;

Здатність вчитися та оволодівати сучасними знаннями.

Здатність до проведення досліджень на відповідному рівні.

Здатність до адаптації та дій у новій ситуації.

фахові:

Здатність визначати та описувати характеристики організації.

Здатність аналізувати результати діяльності організації, зіставляти їх з факторами впливу зовнішнього та внутрішнього середовища.

Здатність визначати перспективи розвитку організації

Здатність оцінювати виконувані роботи, забезпечувати їх якість та мотивувати персонал організації.

Здатність аналізувати й структурувати проблеми організації, формувати обґрунтовані рішення.

1.4. Програмні результати навчання:

Демонструвати навички виявлення проблеми та обґрунтування управлінських рішень.

Описувати зміст функціональних сфер діяльності організації.

Виявляти навички пошуку, збирання та аналізу інформації, розрахунку показників для обґрунтування управлінських рішень.

Демонструвати навички аналізу ситуації та здійснення комунікації у різних сферах діяльності організації.

Демонструвати навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.

Виконувати дослідження індивідуально та/або в групі під керівництвом лідера.

На вивчення навчальної дисципліни відводиться 120 години, 4 кредити ЄКТС

2. Інформаційний обсяг навчальної дисципліни

Тема 1. Сутність, роль та методологічні основи менеджменту комунікацій.

Комунікації як сполучні процеси. Поняття та характеристика комунікацій. Роль і місце комунікацій в суспільстві. Роль комунікацій в системі менеджменту. Сутність

комунікативного менеджменту. Місце комунікативного менеджменту в теорії і практиці управління. Філософські, соціально-психологічні та економічні засади комунікативного менеджменту. Поняття про взаємозв'язок комунікації та спілкування, соціальної й міжособистісної взаємодії. Структурні функції комунікацій. Соціальні і економічні аспекти комунікаційного менеджменту.

Тема 2. Комунікації в контексті еволюції теорії менеджменту

Передумови виникнення науки управління комунікаціями. Специфіка і роль комунікації в менеджменті і соціальних системах. Принципи побудови комунікацій в школі наукового управління та адміністративній школі. Розуміння комунікацій в школі людських відносин. Значення комунікацій в школі соціальних систем. Принципи побудови комунікацій. Порівняльний аналіз.

Тема 3: Комунікативна функція в діяльності організації

Роль і місце комунікацій в управлінському контексті. Аспекти комунікації. Ключові аспекти комунікаційної взаємодії. Види спілкування: міжособистісне, ділове, професійне, наукове, політичне, інформаційне, міжкультурне. Комбінація вербальних і невербальних засобів. Функції комунікацій в організації: інформативна, мотиваційна, контрольна, експресивна. Основні цілі комунікації. Зміст комунікативної функції. Формування ефективних комунікацій.

Тема 4. Типи та види комунікацій

Види комунікацій в організації. Організаційні комунікації. Засоби комунікацій. Вертикальні і горизонтальні комунікації. Низхідні і висхідні комунікації. Вербальні комунікації. Невербальні комунікації. Внутрішньоорганізаційні комунікації. Шуми у системі комунікації. Форми комунікації. Висхідні та низхідні комунікації. Усні, письмові, документальні та електронні комунікації. Сутність і прийоми рефлексивного та неререфлексивного слухання. Міжособистісні комунікації.

Тема 5. Комунікаційний процес в умовах ринку.

Структура комунікативного процесу. Комунікаційний канал. Природні комунікаційні канали. Штучні комунікаційні канали. Комунікаційний процес. Елементи комунікативного процесу (відправник, кодування, повідомлення, канали передачі, декодування, приймач, відгук, зворотний зв'язок). Схеми комунікації (лінійна, кільцева, зіркова, колесо, багатозв'язна, ієрархічна). Комунікаційні мережі та стилі. Вікно Джоаррі. Значення ефективних комунікацій в організації у сучасний період.

Тема 6. Інформація як матеріал комунікацій

Поняття інформації, її суть та значення в процесі менеджменту. Класифікація інформації, що використовується в управлінні. Вимоги до інформації. Особливості використання інформації на верхньому, середньому, низовому рівнях менеджменту. Операції та процедури обробки інформації в менеджменті. Нові інформаційні технології в менеджменті. Комунікативні властивості інформації. Роль інформаційних технологій в удосконаленні комунікацій.

Тема 7. Комунікаційний менеджмент і проблеми маніпулювання суспільною свідомістю.

Поняття про маніпулювання суспільною свідомістю. Поняття маніпуляції. Головна умова маніпуляції. Опитування громадської думки. Зростання ролі засобів масової комунікації в політичному житті суспільства. Основні види маніпуляцій. Способи маніпулювання. Обмеження суспільного маніпулювання. Основні методи та засоби маніпуляції суспільною свідомістю. Пропаганда та інформаційні війни. Стереотипні уявлення. Сучасне Міфотворення. Імідж та рекламування у маніпулюванні суспільною свідомістю. Іміджологія.

Тема 8. Службове спілкування

Поняття етики та етикету. Моральність. Службовий етикет. Етичні норми в менеджменті. Сутність та зміст етики ділових відносин. Правило об'єктивності. Увага до фактів. Наказ і прохання. Етика покарання. Принципи покарання. Формула звільнення. Подяка та комплімент. Комунікативні принципи оптимізації службових відносин. Правила усного розпорядження. Правила вітань і прощань. Національні особливості ділової етики в різних країнах світу

Тема 9. Стратегія, стилі та ведення ділових переговорів.

Особливості ділового етикету та протоколу. Організація і проведення ділових засідань і нарад в колективі. Підготовка і проведення засідань і нарад. Техніка проведення засідань і нарад. Раціональне проведення ділових нарад. Нетрадиційні форми колективних форм спілкування. Підготовка і проведення комерційних переговорів. Підготовка до переговорів. Види підготовки до переговорів. Представлення повноважень. Правила поведінки на переговорах. Технологія (етапи, стратегія та тактика) ведення переговорного процесу. Типові помилки під час переговорів. Підготовка та проведення конференції.

Тема 10. Організація та проведення ділових прийомів.

Гостьова етика та етикет. Види прийомів. Підготовка, організація і проведення прийомів. Подарунки в ділових відносинах. Види подарунків. Вручення подарунків. Квіти у подарунок. Етика й етикет поведінки в ресторані. Правила сервірування столу. Правила поводження з різноманітними стравами і напоями. Гости і бесіди за столом. Відхід з гостей або прийому.

Тема 11. Публічний виступ перед аудиторією, його роль та значення в сфері бізнесу

Публічний виступ у діловому спілкуванні. Підготовка до виступу перед аудиторією. Види публічних виступів перед аудиторією. Техніка публічного виступу. Стель, тип і манери виступаючого. Наочність, її значення під час публічного виступу. Характеристика окремих видів публічних виступів перед аудиторією. Стель, тип і манери виступаючого.

Виступ жінок по телебаченню. Виступ жінок перед великою аудиторією. Неофіційний виступ жінок. Наочність, її значення під час публічного виступу. Виступ чоловіків по телебаченню. Виступ чоловіків перед великою аудиторією. Неофіційний виступ чоловіків. Офіційний виступ чоловіків.

Тема 12. Поліпшення комунікацій в організації

Комунікаційні ролі і функції індивідів. Управління перешкодами на шляху ефективних комунікацій. Перешкоди, які викликані сприйняттям. Семантичні бар'єри вербальної комунікації. Невербальні перешкоди. Невміння слухати. Зворотний зв'язок. Удосконалення спілкування. Перешкоди на шляху організаційних комунікацій. Покращення комунікацій в організації. Комунікативні бар'єри. Подолання бар'єрів міжособистісного спілкування. Джерела шуму. Викривлення інформації. Методи удосконалення комунікації в організації.

3. Рекомендовані джерела інформації

1. Агафонова А.С. Коммуникационный менеджмент: учебное пособие Москва: Инфра-М, 2005. 591 с.

2. Аакер Д., Йохимштайлер Э. Бренд-лидерство: новая концепция брендинга. Москва : Издательский дом Гребенникова, 2003. 380 с.

3. Анопченко Т.Ю., Чернышев М.А., Болошин Г.А. Коммуникационный менеджмент. Этика и культура управления. Ростов-на-Дону: Феникс, 2010. 380 с.

4. Афанасьев І., Хазін П, Каплан В. Діловий етикет: Етика ділового спілкування. 2-е вид., перероб. і доп. Київ: "Альтерпрес", 2004. 368 с.

5. Володіна, Л. В. Карпукіна О. К. Ділове спілкування і основи теорії комунікації. Москва : 2008.

Укладач: Шутьженко І. В., к. е. н., доцент, доцент кафедри менеджменту