

УКРАЇНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЗАЛІЗНИЧНОГО ТРАНСПОРТУ



КОМУНІКАТИВНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ СИЛАБУС

2024-2025 навчального року

Галузь знань - 07 Управління і адміністрування Спеціальність - 075 Маркетинг Освітня програма - Маркетинг Освітній рівень - другий (магістерський) Кількість кредитів ЕКТС - 6,0
Час та аудиторія проведення занять: згідно розкладу https://kart.edu.ua/osvita/portal-rz
Веб-сторінка курсу: https://do.kart.edu.ua/course/view.php?id=10721 Додаткові інформаційні ресурси: http://lib.kart.edu.ua/

Комунікативний менеджмент як інструмент та практика соціальної взаємодії отримав свій розвиток завдяки глобальним соціально-економічним змінам, що відбуваються у світі, інтенсифікації життя, інформатизації суспільства та глобалізації.

Комунікативний менеджмент включає в себе: планування та управління комунікативними процесами, у тому числі виявлення цільових аудиторій, розробку комунікативних стратегій, контроль, оцінку ефективності комунікацій та ін.; організацію інформаційного трансферту та діалогу; формування корпоративної філософії; затвердження коректних комунікацій у конфліктних ситуаціях; формування та посилення довіри та симпатії; роз'яснення позицій та напрямки організації або персони; затвердження корпоративної ідентичності.

Об'єктами комунікативного менеджменту є клієнти і споживачі, персонал організації, інвестори та акціонери, органи влади та структури місцевого самоврядування. Комунікації як значущі напрями теоретичних і прикладних інтересів комунікативного менеджменту виробляються: по-перше, соціальні структури суспільства, а також внутрішньо-корпоративні структури; по-друге, види комунікацій, а також засоби, канали та рівні комунікативного процесу, які забезпечують передачу та сприйняття інформації.

Генезис та затвердження комунікативного менеджменту викликано зростаючою потребою регулювання взаємодії працівників, скороченням дистанцій між підприємством та його цільовими групами, зростанням соціальної та економічної значимості корпоративної ідентичності та організаційної культури.

Процес управління комунікаціями є достатньо вразливим із етичної точки зору. Проблемними в даному випадку є ситуації маніпуляції та використання психологічного впливу на несвідоме і підсвідоме, втручання в приватне життя, використання стереотипів, прикрашена інформація, інформація, що ображає почуття гідності, комунікації з дітьми. Питання етичного застосування механізмів та інструментів комунікативного менеджменту регулюються суспільною мораллю, законодавчими актами, кодексами та нормами, прийнятими громадськими та професійними об'єднаннями суб'єктів комунікативного менеджменту.

Комунікативний менеджмент - цілеспрямована діяльність по забезпеченню надійного функціонування комунікативних процесів у просторі та часі, системоутворюючий (стосовно об'єкту і предмету) механізм комунікативного функціонування соціальних структур, регіонів, держав, планетарної спільноти.

У загальному вигляді комунікативний менеджмент може бути визначено як професійну діяльність, спрямовану на досягнення ефективної комунікації як всередині організації, так і між організацією та її зовнішнім середовищем. Ця діяльність полягає у професійному використанні прийомів, методів, процедур, технологій, що забезпечують ефективну інформаційну та емоційну взаємодію між різного рівня спільнотами та індивідами, що представляють організацію та її середовище.

Об'єктом та предметом комунікативного менеджменту являється різноманітні соціальні комунікативні процеси та фактори, що забезпечують надійність їх функціонування як у просторі, так і в часі. Основною сферою комунікативного менеджменту є інформаційно-технологічне забезпечення ділової структури.

Під інформаційним забезпеченням ділової структури мається на увазі джерело внутрішньої інформації: внутрішньо-корпоративна інформаційна мережа — голосовий зв'язок, єдина комп'ютерна мережа, корпоративні видання, незалежні електронні блоки у бізнес-організаціях для фінансового департаменту, бухгалтерії, маркетингу, інших структурних підрозділів

Комунікативний менеджмент націлений на рішення наступних завдань:

- підвищення продуктивності праці (установка багатоканального телефонного зв'язку та відкриття додаткових офісів у багатьох ріелторських компаніях чи туристичних агенціях з метою оперативного опрацювання запитів клієнтів);
- забезпечення конкурентоспроможності;
- зниження собівартості виробництва;
- позитивне позиціонування брендів;
- створення корпоративного іміджу, творчий розвиток корпоративної команди.

Курс «Комунікативний менеджмент» базується на новітніх концептуальних засадах комунікативного управління, зорієнтованих на глибокий аналіз трансформаційних процесів сучасного світу, оснований на поєднанні глибокої теоретичної підготовки з широким вивченням практичного досвіду. Курс носить міждисциплінарний характер і охоплює коло актуальних проблем політичного, економічного, соціального, правового та психологічного

характеру розв'язання яких є основним завданням нових управлінських еліт, а також є фундаментальним системним дослідженням складних комунікативних процесів.

Курс має на меті сформувати та розвинути наступні компетентності студентів:

1. **Ціннісно-смыслову компетентність** (формування та розширення світогляду студента в області сучасних комунікативних технологій, здатність до розуміння актуальності застосування комунікативних інструментів при роботі у локальному і глобальному бізнесовому просторі);
2. **Загальнокультурну компетентність** (розуміння культурних, історичних та регіональних особливостей, що склалися в Україні та за її межами, в області здійснення комунікативної діяльності);
3. **Навчально-пізнавальну компетентність** (формування у студента зацікавленості про сучасний стан та перспективи розвитку комунікативних технологій, здатності до глобального та стратегічного мислення, тобто, інтегрування знань стосовно комунікативного менеджменту, отриманих з інших дисциплін; здатність студента формувати цілі дослідження та вміння знаходити рішення у нестандартних ситуаціях);
4. **Інформаційну компетентність** (розвиток вмінь студента до самостійного пошуку, аналізу, структурування та відбору потрібної інформації в області застосування механізму здійснення комунікативного менеджменту);
5. **Комунікативну компетентність** (розвиток у студента навичок роботи в команді шляхом реалізації групових проєктів, вміння презентувати власний проєкт та кваліфіковано вести дискусію у досліджуваній сфері);
6. **Компетентність особистісного самовдосконалення** (елементи фізичного, духовного й інтелектуального саморозвитку, емоційної саморегуляції та самопідтримки; підтримка постійної жаги до самовдосконалення та самопізнання, шляхом постійного пошуку нетрадиційних підходів до прийняття управлінських рішень).

Чому ви маєте обрати цей курс?

Сучасне суспільство постійно прагне збільшення своїх комунікативних можливостей. Для окремо взятої людини засоби комунікації - це мобільний зв'язок, спілкування, інтернет тощо. Якщо Вам цікаво зрозуміти, що таке комунікація у широкому розумінні та як це поняття застосовується по відношенню до різних сфер життя, хотіли би дізнатися правила і положення документообігу в організації, оволодіти механізмом створення корпоративного бренду, навчитися використовувати інструменти внутрішнього та зовнішнього PR - Вам, безумовно, слід оволодіти курсом «Комунікативний менеджмент». Цей напрямок для цікавих і амбітних людей, що дає можливості, але також ставить складні завдання.

Від здобувачів очікується базове розуміння менеджменту.

Команда викладачів і ваші колеги будуть готові надати будь-яку допомогу з деякими з найбільш складних аспектів курсу по електронній пошті, на форумі і особисто - у робочий час.

Огляд курсу

Цей курс, який вивчається з вересня по грудень, дає студентам глибоке розуміння систематизації теоретичних методів, підходів, інструментів комунікативного менеджменту, а також формує практичні навички щодо їх застосування для вирішення управлінських завдань.

Курс складається з однієї лекції раз на тиждень і одного практичного заняття раз на два тижні. Він супроводжується текстовим матеріалом, презентаціями та груповими завданнями. Студенти самостійно зможуть використовувати на практиці сучасні підходи,

методи, інструменти комунікативного менеджменту з метою отримання ефективних управлінських рішень.

Практичні заняття курсу передбачають виконання індивідуальних завдань з вивчення еволюції розвитку філософської думки щодо побудови ідеальної моделі комунікації, світового досвіду організації комунікативної діяльності; напрямів підвищення ефективності функціонування сучасних підприємств.

Ресурси курсу

Інформація про курс розміщена на сайті Університету (<http://kart.edu.ua>).

Додатковий матеріал та посилання на електронні ресурси доступні на сайті Університету у розділі «Дистанційне навчання» поряд із питаннями, над якими необхідно поміркувати під час підготовки для обговорення в аудиторії. Необхідна підготовка повинна бути завершена до початку наступної лекції. Під час обговорення ми запропонуємо вам критично поміркувати над тим, як використовуються комунікативні інструменти та як пристосувати їх до вимог та потреб сьогодення. Ви повинні бути готовими до дискусій та мозкових штурмів – ми хочемо знати, що ви думаєте!

Студенти можуть ставити питання, а також обговорювати і аналізувати теми дисципліни поза лекціями. Студенти можуть ставити питання щодо матеріалу курсу, індивідуальних завдань та проблем комунікативного менеджменту, і отримувати швидкі відповіді від викладачів під час консультацій.

Теми курсу

I семестр. Денна форма навчання.

Кількість годин	Тема лекції	Кількість годин	Тема практичних, семінарських та лабораторних занять
2	Предмет і завдання курсу «Комунікативний менеджмент».		
2	Основні підходи до визначення комунікацій.	2	Резюме: зміст, види, приклади. Використання резюме у бізнес-комунікаціях.
2	Спілкування, мова і мовлення.		
2	Індивідуальні особливості міжособистісного спілкування.	2	Основні правила складання та види резюме: хронологічне, функціональне, резюме комбінованого типу, міжнародне резюме CV.
2	Конфлікт. Зони комфорту. Типи поведінкових реакцій.		
2	Етикетна поведінка учасників акту спілкування.	2	Підготовка і проведення презентації. Алгоритм процесу підготовки презентації. Місце проведення презентації. Специфіка візуального ряду.
2	Психологічні принципи ділового спілкування.		
	Модульний контроль 1		
2	Поняття письмових комунікацій.	2	Формування медіа-зв'язків і правила взаємодії з журналістами. Заходи для преси.
2	Ділові зустрічі та переговори.		
2	Поняття комунікативної компетентності особистості керівника.	2	Технології написання прес-релізу. Інші тексти для преси.

2	Механізм управління комунікаціями.		
2	Ділова комунікація як значущий засіб забезпечення цілісності і функціонування організації.	2	Особливості інтерв'ю різним ЗМІ. Корпоративні ЗМІ. Вербальні і невербальні засоби комунікації.
2	Форми ділової комунікації в комунікативному менеджменті.		
2	Технології і інструменти комунікативного менеджменту.	1	Інтернет як засіб бізнес-комунікацій.
2	Стратегія комунікативного менеджменту.		
	Модульний контроль 2		

Самостійна робота

Назва теми
1 Комунікативний менеджмент як теорія і практика управління соціальними комунікаціями організації.
2 Стратегія комунікативного менеджменту: поняття, складові та цілі. Вибір моделі стратегії комунікативного менеджменту. Моделі стратегії (матриця комунікативного менеджменту).
3 Технології і інструменти комунікативного менеджменту.
4 Класифікація форм ділової комунікації: наради, офіційні і протокольні заходи, зустрічі, прийоми, бесіди, виступи, письмові документи.
5 Особливі форми ділових комунікацій: прес-конференція, брифінг, презентація, прийом з особистих питань.
6 Поняття організаційних комунікацій.
7 Внутрішньоорганізаційні та зовнішньо організаційні комунікації.
8 Зміст і причини бар'єрів ділової комунікації в організації.
9 Кризові комунікації в організації: цілі, причини, об'єкти, класифікації.
10 Комунікативні стилі ефективного ділового спілкування.

Правила оцінювання

При заповненні заліково-екзаменаційної відомості та залікової книжки (індивідуального навчального плану) студента, оцінка, виставлена за 100-бальною шкалою, повинна бути переведена до національної шкали (5, 4, 3,) та шкали ECTS (A, B, C, D, E)

Визначення назви за державною шкалою(оцінка)	Визначення назви за шкалою ECTS	За 100 бальною шкалою	ECTS оцінка
ВІДМІННО - 5	Відмінно - відмінне виконання лише з незначною кількістю помилок	90-100	A
ДОБРЕ - 4	Дуже добре - вище середнього рівня з кількома помилками	82-89	B
	Добре - в загальному правильна робота з певною кількістю грубих помилок	75-81	C
ЗАДОВІЛЬНО - 3	Задовільно - непогано, але зі значною кількістю недоліків	69-74	D
	Достатньо - виконання задовольняє мінімальні критерії	60-68	E
НЕЗАДОВІЛЬНО - 2	Незадовільно – потрібно попрацювати перед тим як отримати залік (без повторного вивчення модуля)	35-59	FX
	Незадовільно - необхідна серйозна подальша робота (повторне вивчення модуля)	<35	F

Індивідуальні завдання на самостійну роботу:

Студенти виконують індивідуальні завдання (по два на кожен модуль). За вчасне та вірне виконання кожного завдання нараховується до **10 балів** до поточного модульного контролю. За невиконане завдання бали не нараховуються. Хід поточного виконання завдання та питання для обговорення надсилаються на e-mail викладача або перевіряються ним особисто.

Ступінь залученості:

Мета участі в курсі – залучити вас до дискусії, розширити можливості навчання для себе та своїх однолітків та дати вам ще один спосіб перевірити свої погляди на питання застосування методів економіко-математичного моделювання та прогнозування в логістиці. Участь буде оцінюватися на основі кількості та вірності ваших відповідей. Питання, хоча й заохочуються, однак не оцінюються в цьому блоці. Ми намагаємося надати всім студентам рівні та справедливі можливості для підвищення власною залученості. **Максимальна сума становить 10 балів.**

Практичні заняття:

Оцінюються за відвідуваннями (до 3 балів), ступенем залученості (до 7 балів) та стислою презентацією виконаного завдання (до 5 балів). **Максимальна сума становить 15 балів.**

Модульне тестування:

Оцінюються за вірними відповідями на тестові модульні питання (20 питань в тесті, кожна вірна відповідь оцінюється в 2 бали). **Максимальна кількість становить 40 балів за модуль.**

Додаткові бали:

До перелічених складових модульної оцінки можуть нараховуватись додаткові бали за участь студента у науковій роботі, підготовці публікацій, робіт на конкурси, участь у олімпіадах тощо.

Іспит:

Студент отримує залік за результатами модульного 1-го та 2-го контролю шляхом накопичення балів. Максимальна кількість балів, яку може отримати студент становить 100 (до 60 балів поточного контролю та до 40 балів тестування). Середнє арифметичне суми модульних оцінок складає заліковий бал. Якщо студент не погоджується із запропонованими балами він може підвищити їх на заліку, відповівши на питання викладача (Додаток 1).

Програмні результати навчання

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент оволодіє основним теоретично-практичним інструментарієм комунікативного менеджменту; зможе застосовувати теоретичні та методичні підходи до виконання практичних дій зі складання резюме, розробки прес-релізів, тощо, формувати ефективну комунікативну політику компанії.

Кодекс академічної доброчесності

Порушення Кодексу академічної доброчесності Українського державного університету залізничного транспорту є серйозним порушенням, навіть якщо воно є ненавмисним. Кодекс доступний за посиланням: <http://kart.edu.ua/documentu-zvo-ua>

Зокрема, дотримання Кодексу академічної доброчесності УкрДУЗТ означає, що вся робота на іспитах та заліках має виконуватися індивідуально. Під час виконання самостійної роботи студенти можуть консультуватися з викладачами та з іншими студентами, але повинні самостійно розв'язувати завдання, керуючись власними знаннями, уміннями та навичками. Посилання на всі ресурси та джерела (наприклад, у звітах, самостійних роботах чи презентаціях) повинні бути чітко визначені та оформлені належним чином. У разі спільної роботи з іншими студентами над виконанням індивідуальних завдань, ви повинні зазначити ступінь їх залученості до роботи.

Інтеграція студентів із обмеженими можливостями

Вища освіта є провідним чинником підвищення соціального статусу, досягнення духовної, матеріальної незалежності і соціалізації молоді з обмеженими функціональними можливостями й відображає стан розвитку демократичних процесів і гуманізації суспільства.

Для інтеграції студентів із обмеженими можливостями в освітній процес Українського державного університету залізничного транспорту створена система дистанційного навчання на основі сучасних педагогічних, інформаційних, телекомунікативних технологій.

Доступ до матеріалів дистанційного навчання з цього курсу можна знайти за посиланням: <http://do.kart.edu.ua/>

Додаток 1

ПИТАННЯ ДО ІСПИТУ З ДИСЦИПЛІНИ «КОМУНІКАТИВНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ»

1. Комунікативний менеджмент: поняття, цілі та роль в управлінні організації.
2. Поняття “комунікація” та її роль в системі управління.
3. Модель процесу комунікації.
4. Основні етапи процесу комунікації.
5. Змістовна характеристика етапів процесу комунікації.
6. Значення формальних і неформальних структур в комунікативних відносинах.
7. Висхідні, низхідні та горизонтальні комунікації.
8. Управління комунікаціями в корпорації, фірмі, організації тощо.
9. Культура мови і мовлення.
10. Техніка та правила мовлення.
11. Етикет мовленнєвого спілкування.
12. Тональність, як складова мовленнєвого спілкування
13. Комунікативна компетентність особистості.
14. Професійно-педагогічна комунікація.
15. Комунікативно-мовленнєві уміння
16. Інформаційно-інструментальні уміння
17. Організаційно-технологічні вміння
18. Невербальні вміння.
19. Інформаційно-пошукові комунікативні вміння.
20. Мовна й комунікативна компетенції мовців.
21. Організація спілкування та взаємодії.
22. Форми та типи взаємодії в діловому спілкуванні.
23. Мова як основний засіб вербальної комунікації.
24. Основні функції мови.
25. Мовлення, мовленнєва діяльність.
26. Види мовленнєвої діяльності.
27. Невербальні засоби комунікації.
28. Типологія невербальних засобів комунікації.
29. Організація просторового середовища.
30. Віртуальне спілкування.
31. Стили спілкування.
32. Стили лідерства.
33. Стель спілкування викладача.
34. Стель педагогічного спілкування.
35. Моделі спілкування, моделі спілкування викладача.
36. Суть та особливості маніпуляції у спілкуванні.
37. Поняття і причини маніпуляції в діловій комунікації.
38. Маніпулятивна взаємодія між суб'єктами навчально-виховного процесу.
39. Суть комунікативного вампіризму.
40. Типи комунікативних вампірів.
41. Психологічне айкідо. Психологічний захист.
42. Теоретична суть трансакцій та трансактного аналізу.
43. Структурний та функціональний аналіз, як складові трансактного аналізу.
44. Трансактна медійна комунікація: суть та атрибути.
45. Нове поняття аудиторії.
46. Цифровий формат як загальний параметр нових комунікативних технологій.
47. Суть сприйняття та розуміння людини людиною.
48. Чинники, що впливають на сприйняття і розуміння людини людиною.
49. Вміння слухати, як необхідна умова сприйняття та розуміння людини людиною.
50. Види слухання. Бар'єри ефективного слухання.
51. Імідж в структурі комунікативного простору.
52. Типи іміджів.
53. Процес формування іміджмейкера як професіонала.

54. Складові, від яких залежить перехід людини в статус відомої.
55. Поняття корпоративного іміджу, етапи його формування.
56. „Я-концепція” та самооцінка.
57. Роль комунікації в управлінні організацією.
58. Комунікація і інформація.
59. Ділова комунікація: сутність і зміст.
60. Цілі і функції комунікації в організації.
61. Комунікативна функція керівника організації.
62. Класифікація форм ділової комунікації.
63. Діалог і дискусія як найбільш загальна форма ділових комунікацій.
64. Різновиди діалогу.
65. Інші форми ділових комунікацій: прес-конференція, брифінг, презентація, прийом з особистих питань.
66. Ділові переговори як основна форма ділової комунікації.
67. Значення емоцій у спілкуванні.
68. Емоції під час ділового спілкування.
69. Психологічні особливості ведення переговорів.
70. Переговори як комунікативний процес.
71. Предмет переговорів. Етапи підготовки і проведення переговорів.
72. Підходи до проведення переговорів.
73. Виступ перед аудиторією як комунікативний процес.
74. Типологія публічних виступів. Структура і модель публічного виступу. Формати виступів у суспільно-політичній сфері.
75. Управління увагою.
76. Прийоми привертання уваги. Активізація слухачів.
77. Аргументація. Види аргументів.
78. Спілкування з „важкими людьми”.
79. „Важкі боси” та їх характеристика.
80. Модель конфлікту як процесу.
81. Предмет конфлікту, фази його розвитку.
82. Наслідки кризових комунікацій.
83. Основні правила протидії виникненню конфлікту.
84. Форми роботи з кризовими комунікаціями.
85. Стилі поведінки при конфлікті, система Томаса Кілменна.
86. Управління конфліктною ситуацією.
87. Механізми комунікативного впливу в кризових ситуаціях.