

Рівненський державний гуманітарний університет
Психолого природничий факультет
Кафедра педагогіки, освітнього менеджменту та соціальної роботи

Назва дисципліни	ОК 13 Комунікативний менеджмент
Загальна кількість кредитів та кількість годин для вивчення дисципліни	3 кредити, 90 год.
Вид підсумкового контролю	екзамен
Викладач	Данилюк Катерина Володимирівна, кандидатнаук з державного управління
Профайл викладача (ів) на сайті кафедри, в соцмереж	-
Е-mail викладача:	kdubych@ukr.net
Посилання на освітній контент дисципліни в CMS Moodle (за наявності) або на іншому ресурсі	-
Мова викладання	Українська
Консультації	Очні консультації СР 14 ⁰⁰ -16 ⁰⁰ Онлайн консультації ПН-ВТ 14 ⁰⁰ -15 ⁰⁰

Цілі навчальної дисципліни

Метою викладання навчальної дисципліни «**Комунікативний менеджмент**» - сформувати систему знань щодо комунікативних процесів в управлінні навчальним закладом. Розкрити принципи, функції, методи та види комунікації в професійній діяльності, міжособистісному спілкуванні, забезпеченні зони комфортності в комунікативному процесі. Обґрунтувати види, способи та засоби передачі усних та письмових повідомлень. Роль вербальної та невербальної комунікації. Розкрити роль комунікаційного процесу в управлінні навчальним закладом. Проаналізувати нормативно-правову базу щодо комунікативного менеджменту та системи персонального захисту адміністрації та персоналу навчального закладу в порушенні морально-етичних норм в процесі комунікації. Обґрунтувати та розкрити види контролю за дотриманням правил та норм комунікативного процесу і запобігання конфліктів та забезпечення позитивного морально-психологічного мікроклімату в колективі.

Основні завдання вивчення дисципліни «**Комунікативний менеджмент**»

1. Систематизація теоретико-методологічних засад комунікативного менеджменту.

2. Формування вміння визначати основні напрями комунікативного менеджменту в діяльності навчального закладу освіти.
3. Набуття вміння працювати з нормативно-правовою базою комунікативного менеджменту галузі освіти.
4. Формування практичних навиків з проведення ділових нарад, переговорів, зустрічей та впровадження управлінських рішень щодо комунікативного забезпечення діяльності навчального закладу.
5. Формування вміння діагностувати проблеми комунікації структурних підрозділів та персоналу навчального закладу в процесі професійної комунікації.
6. Набуття практичних навиків з застосування форм, засобів та моделей комунікації у внутрішньому та зовнішньому середовищі з вирішення проблем діяльності навчального закладу.
7. Систематизація принципів, функцій та методів комунікативного менеджменту в процесі управління навчальним закладом.
8. Набуття вміння з запобігання конфліктів в процесі комунікації.
9. Формування вміння створювати професійну ділову обстановку в комунікативному процесі щодо забезпечення ефективної діяльності навчального закладу.
10. Прийняття рішень у складних і кризових умовах, що потребує застосування нових підходів та прогнозування в комунікативному процесі управління навчальним закладом.

Компетентності, які повинен набути здобувач вищої освіти:

загальні компетенції:

1. ЗК2. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).
2. ЗК3. Навички використання інформаційних та комунікаційних технологій.

спеціальні компетентності:

1. СК 5. Здатність створювати та організовувати ефективні комунікації в процесі управління.

3. Очікувані результати навчання.

Програмні результати навчання:

1. ПРН 7. Організовувати та здійснювати ефективні комунікації всередині колективу, з представниками різних професійних груп і в міжнародному контексті.
2. ПНР 9. Вміти спілкуватись у професійних і наукових колах державною та іноземною мовами.

3. ПНР 15. Вміти формувати ефективну систему трудових відносин, управляти персоналом відповідно до діючого законодавства та етики ділового спілкування, створювати умови для розвитку персоналу навчального закладу.

Передумови вивчення дисципліни для формування програмних результатів навчання та компетентностей

Підготовка студентів з курсу «**Комунікативний менеджмент**» потребує використання активних форм навчання, які наближують навчальний процес до реальних професійних ситуацій.

Для активізації процесу навчання студентів у ході вивчення дисципліни застосовуються такі навчальні технології та засоби:

✓ *на лекціях* чітко та зрозуміло структурується матеріал; зосереджується увага студентів на проблемних питаннях; наводяться конкретні приклади практичного застосування отриманих знань; звертаються до зарубіжного досвіду вирішення окремих проблем; заохочуються студенти до критичного сприймання нового матеріалу замість пасивного конспектування; використовуються наочні матеріали, схеми, таблиці, моделі, графіки; використовуються технічні засоби навчання: мультимедійний проектор, слайди тощо;

✓ *на практичних заняттях* запроваджуються різні навчальні технології: семінар-розгорнута бесіда, обговорення проблем, дискусії; семінар-вирішення ситуаційних вправ; семінар-розв'язання проблемних питань; мозковий штурм; кейс-методи; презентації; аналіз конкретної ситуації; робота в малих групах; рольові та ділові ігри; банки візуального супроводження; письмовий контроль знань; індивідуальне та групове опитування; перехресна перевірка завдань з наступною аргументацією виставленої оцінки тощо.

Обов'язковими елементами активізації навчальної роботи студентів є чіткий контроль відвідування студентами занять, заохочення навчальної активності, справедлива диференціація оцінок.

Перелік тем

Змістовий модуль № 1 ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ КОМУНІКАТИВНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ В ЗАКЛАДАХ ОСВІТИ УКРАЇНИ

Тема 1. Поняття та сутність комунікативного менеджменту в навчальних закладах

Комунікативний менеджмент навчального закладу: основні положення і базові характеристики. Основні парадигми теорії комунікації. Комунікативний менеджмент як теорія і практика управління соціальними комунікаціями. Завдання комунікативного менеджменту. Зміст і напрями

комунікативного менеджменту. Предмет, об'єкт, мета і завдання комунікативного менеджменту в навчальних закладах. Об'єкти і суб'єкти комунікативного менеджменту. Комунікативний процес та його складові. Моделі комунікації. Корпоративні комунікації навчального закладу як предмет комунікативного менеджменту. Визначення поняття комунікації, види інформації в навчальному закладі. Засоби передачі інформації.

Тема 2. Сутність і поняття інформації в комунікативному менеджменті

Поняття інформації, її суть та значення в процесі менеджменту. Класифікація інформації, що використовується в управлінні навчальним закладом. Вимоги до інформації. Особливості використання інформації на верхньому, середньому, низовому рівнях комунікативного менеджменту. Носії інформації. Операції та процедури обробки інформації в управлінні навчальним закладом. Поняття та побудова інформаційних систем комунікативного менеджменту навчального закладу. Сутність комунікацій. Класифікація, види комунікацій. Комунікаційна мережа. Комунікаційний процес, його елементи. Модель процесу комунікації. Значення формальних і неформальних структур в комунікативних відносинах персоналу навчального закладу.

Тема 3. Засоби та бар'єри комунікацій у менеджменті навчального закладу

Структура системи комунікацій: основні та синтетичні засоби комунікацій. Комунікації в сучасному комунікативному процесі. Зміст бар'єрів комунікації в організації. Типологія бар'єрів комунікації: мікробар'єри і макробар'єри. Причини бар'єрів комунікації: чинники ініціатора комунікації і чинники одержувача інформації. Взаємозв'язок між сприйняттям та обміном інформацією вдосконалення письмових і усних комунікацій за допомогою використання контрольного переліку «П'ять комунікацій» Р.Фалмера.

Тема 4. Професійна комунікація. Спілкування і мова як інструменти професійної діяльності

Сутність спілкування. Стили спілкування. Стили лідерства. Форми взаємодії в діловому спілкуванні. Організація взаємодії в діловому спілкуванні. Віртуальне спілкування. Сутність та особливості маніпуляції у спілкуванні. мова як основний засіб вербальної комунікації. Основні функції мови. Мовлення, види мовленнєвої діяльності. Різновиди мовлення. Індивідуальні

особливості міжособистісного спілкування та розуміння. Стадії міжособистісного спілкування. Адекватність розуміння поведінки підлеглих та інших людей.

Тема 5. Ділові комунікації як інструмент професійної діяльності в управлінні навчальним закладом

Ділова комунікація: сутність і зміст. Підходи до розуміння сутності ділової комунікації. Цілі і функції комунікації в організації. Етапи ділової комунікації. Класифікація форм ділової комунікації: наради, офіційні і протокольні заходи, зустрічі, прийоми, бесіди, виступи, письмові документи. Діалог і дискусія як найбільш загальна форма ділових комунікацій. Різновиди діалогу. Інші форми ділових комунікацій: прес-конференція, брифінг, презентація, прийом з особистих питань. Ділові зустрічі та переговори. Ділові комунікації як бізнес – процес. Організація переговорних процесів. Роль ділових переговорів в діяльності організації. Технологія організації і проведення ділових переговорів. Стратегія ведення ділових переговорів. Неформальні стосунки у переговорному процесі. Конфліктні ситуації при веденні ділових переговорів.

Тема 6. Конфлікт і трансактний аналіз та шляхи вирішення комунікативними формами

Суть та види конфліктів. Походження конфліктів. Природа конфлікту. Модель конфлікту як процесу. Основні правила протидії виникненню конфлікту. Силі поведінки при конфлікті, система Томаса Кілменна. Управління конфліктною ситуацією. Механізми комунікативного впливу в кризових ситуаціях. Основні положення теорії трансактного аналізу, сутність трансакцій, алгоритм трансактного аналізу, структурний та функціональний аналіз, як складові трансактного аналізу, поведінкові характеристики основних трансакцій.

Змістовий модуль № 2. ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ ЗАСТОСУВАННЯ КОМУНІКАТИВНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ В ДІЯЛЬНОСТІ НАВЧАЛЬНОГО ЗАКЛАДУ

Тема 7. Інтегровані комунікації управління навчальним закладом

Концепція інтегрованої комунікації в управлінні навчальним закладом. Інтегровані комунікаційні інструменти. Дні відкритих дверей, ярмарки професій та виставки навчально-методичного та технічного забезпечення навчального процесу як складові комунікативного менеджменту. Типи ярмарок і виставок. Процес та схема організації Дня відкритих дверей, його

функції та способи проведення. Презентації, прес-конференції, наукові конференції, симпозіуми, засідання вчених та спеціалізованих рад їх функціональне призначення в діяльності навчального закладу. Спонсорський пакет, його значення для діяльності навчального закладу. Основні напрямки комунікативної діяльності навчального закладу із спонсорингу. Мерчандайзинг як ефективний засіб впливу на споживачів освітніх послуг навчального закладу.

Тема 8. Особливості управління комунікаціями на різних рівнях організаційного середовища діяльності навчального закладу

Структура організаційних комунікацій навчального закладу. Алгоритм формування комплексу комунікацій в навчальному закладі. Управління комунікаціями навчального закладу та його структурними підрозділами тощо. Планування комунікативного процесу за рівнями управління навчальним закладом. Внутрішньо організаційні комунікації як процес взаємодії між елементами управлінської структури (підрозділами, посадовцями), здійснюваний за допомогою комунікаційних каналів, що їх сполучають. Типологія внутрішньо організаційних комунікацій: за характером, за змістом, з точки зору просторового розташування інформаційних каналів. Ситуаційні чинники, що впливають на поширення інформації про функціонування та досягнення організації. Види, засоби та канали передачі письмових та усних повідомлень в межах навчального закладу.

Тема 9. Технології та інструменти комунікативного менеджменту

Сутність управлінської технології. Суть управлінського інструментарію: методи управління та вироблення і прийняття управлінських рішень в середовищі навчального закладу. Зв'язки з громадськістю (public relations), зв'язки з акціонерами, з інвесторами і партнерами (investor relations), зв'язки із засобами масової інформації (media relations) як система комунікацій навчального закладу. Формування медіазв'язків і правила взаємодії з журналістами. Технології написання прес-релізу. Особливості інтерв'ю різним ЗМІ. Інтернет-технології в комунікативному менеджменті. Технологічні аспекти комунікаційних кампаній набору абітурієнтів навчального закладу.

Тема 10. Комунікативні технології побудови персонального та організаційного бренду. Іміджмейкерство: сутність, зміст, призначення

Створення персонального бренду навчального закладу. Брендінг у системі організаційних комунікацій. Фірмовий стиль навчального закладу,

його працівників та студентів. Складові елементи. фірмового стилю Ділова атрибутика.

Іміджмейкерство: сутність, зміст, призначення. Імідж в структурі комунікативного простору. Іміджеві моделі комунікації та типи іміджів. Процес формування іміджу та його складові. Імідж керівника та його підлеглих. В комунікативному процесі. Поняття корпоративного іміджу навчального закладу, етапи його формування.

Тема 11. Етика ділової комунікації. Напрями прикладного застосування комунікативного менеджменту

Еволюція сутності етики ділових відносин. Спілкування як інструмент етики ділових відносин. Правила і етикет ділових відносин. Суб'єктивні та об'єктивні причини порушення правил ділових відносин. Комунікативна компетентність та її складові. Види та засоби комунікативного процесу. Методи дослідження в комунікативному менеджменті. Визначення ефективності в комунікаційному менеджменті. Методи моделювання в комунікативному менеджменті. Напрями прикладного застосування комунікативного менеджменту. Закономірності комунікативного менеджменту. Сфери прикладного застосування комунікативного менеджменту. Лобіювання – як прикладна форма комунікаційного менеджменту. Інтерактивна культура комунікаційної взаємодії.

Тема 12 Комунікаційні компетентності особистості керівника навчального закладу

Сутність комунікативної соціальної компетентності особистості керівника навчального закладу. Поняття доброзичливості, порядності керівника навчального закладу. Способи формування довіри та поваги до керівника навчального закладу. Комунікативна компетентність керівника в роботі з підлеглими та представниками суспільства: бізнесменами, представниками органів влади, членами суспільства тощо. Комунікативне управління репутацією навчального закладу. Резюме та його складові. Роль резюме в конкурсному відборі на роботу керівника навчального закладу.

Рекомендована література та інформаційні інтернет ресурси **Основна**

Базова література

1. Агарков О. А. Соціальна реклама як інструмент профілактики негативних явищ в українському суспільстві: регіональний аспект / О. А. Агарков // Український соціум. – 2013. – № 4(47). – С. 151 – 160.

2. Закон України «Про рекламу» від 03.07.1996 // Відомості Верховної Ради України – від 11.07.2003 – №8.

3. Закон України «Про Основні засади розвитку інформаційного суспільства в Україні» від 9 січня 2007 року № 537-V // Відомості Верховної Ради України. Ст. 102. □ 2007. № 12.

4. *Бєбик В.* Інформаційно-комунікаційний менеджмент у глобальному суспільстві: психологія, технології, техніка паблік рилейшнз. – К.: МАУП, 2005. 373 с.

5. Владимирська А. Реклама: Навчальний посібник / А. Владимирська, П. Владимирський. – К. : Кондор, 2016. – 334 с.

6. Горючий В. Соціальні інформаційні комунікації, їх наповнення і ресурс / В. Горючий; наук. ред. Л. А. Дубровіна ; НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського. – К., 2010. – 360 с.

Додаткова

7. Берн Э. Игры, в которые играют люди. Психология человеческих взаимоотношений. – М.: Эксмо-Пресс, 2003.

8. Горюча С. В. Інтернет-ЗМІ як об'єкт бібліотечної інформаційної діяльності / С. В. Горюча ; НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського. – К., 2013. – 208 с.

9. Кузнецов В.Ф. Связи с общественностью. Теория и технологии. - М., 2005.-300с.

10. Мехлер Г. Власть и магия ПР. – СПб., 2004. - 172с.

11. Мей К. Інформаційне суспільство. - Київ, 2004. - 220с.

12. Почепцов Г.Г. Паблік рилейшнз, или Как успешно управлять общественным мнением. - М., 2014. - 336с.

13. Связи с общественностью. Курс лекций. / Автор-составитель В.Ж.Попов. – Донецк: ДонГУУ, 2018. – 154 с.

14. Скотт М. Катлип, Аллен Х. Сентер, Глен М. Брум. Паблік рилейшнз. Теория и практика. - 8-е изд. - М., 2015. - 624с.

Додаткова література англійською мовою

15. Dibb S. Social Marketing Transformed: Kotler, Polonsky and Hastings reflect on social marketing in a period of social change / Sally Dibb, Marylyn Carrigan // Social Marketing : Social Change – Special issue editorial. – 2015. – С. 1-23.

16. Donovan R. Principles and Practice of Social Marketing: an international perspective / Rob Donovan, Nadine Henley. – Cambridge University Press, 2010. – 525 с.

17. Kotler L. Social Marketing: influencing behaviors for goods / Lee Kotler // Chapter 1. Defining Social Marketing. – 2011. – С. 2-31.

Ресурси мережі Інтернет

18. <http://www.iccopr.com/> - сайт International Communications Consultancy Organisation (ICCO)

19. <http://123pr.kiev.ua/> – матеріал сайту «Public relations в Україні» .

20. <http://pr-center.org.ua/bibl.php> – бібліотека проекту «Ефективні комунікації»
21. <http://www.uapr.com.ua/cgi-bin/p.cgi?a=main&lng=ua&x=14,233#> – матеріали сайту Української Асоціації зі зв'язків з громадськістю.
22. <http://pr-liga.org.ua/about/> – матеріали сайту «Українська ліга зі зв'язків із громадськістю».
23. <http://telekritika.kiev.ua> – матеріали сайту «Телекритика».
24. http://pr-club.com/PR_Lib/ – бібліотека сайту агентства «Международный пресс-клуб».
25. <http://www.evartist.narod.ru/journ.htm> - ресурси бібліотеки сайту EVARTIST.
26. <http://kolibri.biz.ua/> – матеріали сайту PR-агенції “Колібрі”

Технічне й програмне забезпечення /обладнання

- персональний ноутбук,
- мобільний пристрій (телефон, планшет) з підключенням до Інтернет,
- виконання домашніх завдань
- виконання завдань самостійної роботи - проходження тестування (модульний, контроль)

Види та методи навчання і оцінювання

Код компетентності (згідно ОПШ)	Назва компетентності	Код програмного результату навчання	Назва програмного результату навчання	Методи навчання	Методи оцінювання результатів навчання
ЗК2	Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.	ПРН07	Організувати та здійснювати ефективні комунікації всередині колективу, з представниками різних професійних груп і в міжнародному контексті.	МН4	МО2
ЗК3	Здатність до ефективного використання і розвитку ресурсів організації.	ПРН09	Вміти спілкуватись у професійних і наукових	МН1	МО7 МО9

			колах державною та іноземною мовами.		
СК5	Здатність формувати лідерські якості та демонструвати їх у процесі управління людьми.	ПРН15	Вміти формувати ефективну систему трудових відносин, управляти персоналом відповідно до діючого законодавства та етики ділового спілкування, створювати умови для розвитку персоналу навчального закладу.	МН3	М10

Методи навчання

МН1 - словесний метод (лекція, дискусія, співбесіда тощо);

МН2 - практичний метод (лабораторні та практичні заняття);

МН4 — робота з навчально-методичною літературою (конспектування, тезування, анотування, рецензування, складання реферату);

Методи оцінювання

М02 — усне або письмове опитування

М07 - презентації результатів виконаних завдань та досліджень;

М09- захист лабораторних і практичних робіт;

М10 –екзамен

Розподіл балів, які отримують здобувачі вищої освіти при вивченні дисципліни «**Комунікативний менеджмент**»

Поточне тестування та самостійна робота											Підсумковий тест (екзамен)	Сума
Змістовий модуль № 1						Змістовий модуль № 2						
Т 1	Т 2	Т 3	Т 4	Т 5	Т 6	Т 7	Т 8	Т 9	Т	Т	Т	100

	Фронтальне / індивідуальне опитування та участь в обговоренні під час практичних занять Виконання завдань самостійної роботи	0,5 1	
T12	Робота на лекційних заняттях, опорні конспекти лекцій Виконання завдань під час практичних занять Фронтальне / індивідуальне опитування та участь в обговоренні під час практичних занять Виконання завдань самостійної роботи	0,5 2 0,5 1	4
Модульний контроль (контрольна робота)		10	10
ІНДЗ: Проект на тему (згідно варіанта) Ессе на тему (згідно варіанта) ...		7 3	10
Підсумковий тест / Екзамен		22	22
Разом		100	

Система та критерії оцінювання у Рівненському державному гуманітарному університеті

Еквівалент оцінки в балах для кожної окремої теми / виду діяльності може бути різний, загальну суму балів за тему визначено в розподілі балів, які отримують здобувачі вищої освіти при вивченні дисципліни. Результат освітньої діяльності здобувача вищої освіти оцінюється згідно Положення про оцінювання знань і умінь здобувачів вищої освіти РДГУ за такими рівнями та критеріями:

Шкала оцінювання: національна та ECTS

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену, курсового проекту (роботи), практики	для заліку
90 – 100	A	відмінно	зараховано
82-89	B	добре	
74-81	C		
64-73	D	задовільно	
60-63	E		
35-59	FX	незадовільно з можливістю повторного складання	не зараховано з можливістю повторного складання
0-34	F	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

Підсумкова (загальна) оцінка з навчальної дисципліни є сумою рейтингових оцінок (балів), одержаних за окремі оцінювані форми навчальної діяльності: поточне та підсумкове оцінювання рівня засвоєння теоретичного матеріалу під час аудиторних занять та самостійної роботи (модульний контроль); оцінка (бали) за виконання лабораторних досліджень;

оцінка (бали) за практичну діяльність; оцінка за ІНДЗ; оцінка (бали) за участь у наукових конференціях, олімпіадах, підготовку наукових публікацій тощо.

Здобувачам вищої освіти після аудиторних занять надається право підвищувати свій рейтинг лише під час складання іспитів (підсумкового модульного контролю) за графіком екзаменаційної сесії. Залік виставляється за результатами поточного модульного контролю, проводиться по завершенню вивчення навчальної дисципліни.

Політика дисципліни

При організації освітнього процесу здобувачі вищої освіти, викладачі, методисти та адміністрація діють відповідно до: Положення про організацію освітнього процесу у РДГУ, Положення про академічну доброчесність, Положення про оцінювання знань і умінь здобувачів вищої освіти, Положення про практики, Положення про внутрішнє забезпечення якості освіти. Кожен викладач ставить здобувачам вищої освіти систему вимог та правил поведінки здобувачів вищої освіти на заняттях, доводить до їх відома методичні рекомендації щодо виконання різних видів робіт. При цьому обов'язково враховуються присутність на заняттях та активність під час практичного заняття; (не)допустимість пропусків та запізнь на заняття; користування мобільним телефоном, планшетом чи іншими мобільними пристроями під час заняття; несвоєчасне виконання поставленого завдання і т. ін.

Політика доброчесності

Здобувач вищої освіти виконуючи самостійну або індивідуальну роботу повинен дотримуватись політики доброчесності. У разі наявності плагіату в будь-яких видах робіт здобувача вищої освіти він отримує незадовільну оцінку і повинен повторно виконати завдання, які передбачені у силабусі.