

Силабус курсу Комунікативний менеджмент

Освітній ступінь – магістр
Галузь знань: 24 Сфера обслуговування
Спеціальність: 242 Туризм
Освітньо-професійна програма «Туризм»
Кількість кредитів – 3

Рік підготовки, семестр – 1 рік, II семестр

Компонент освітньої програми: нормативна

Дні занять: четвер, 11.05-14.05, ауд. 133
Консультації: середа 14.05, ауд. 143

Мова викладання: українська



Керівник курсу

к. геог.н., доц. Поплавська Інна Володимирівна

Контактна інформація innapoplavska@tnpu.edu.ua; 0352-43-61-54

Опис дисципліни

Курс «Комунікативний менеджмент» сприяє формуванню у студентів цілісного уявлення щодо сутності комунікативного менеджменту як універсальної діяльності з вивчення, проектування, формування та розвитку комунікаційних систем (організації, проекту, брэнда, особистості), концепції управління, змінам за допомогою комунікаційних моделей, інструментів, технологій, методологій та методики проведення досліджень в сфері управління комунікаціями.

Зміст дисциплін «Комунікативний менеджмент» розроблено на основі відповідних положень щодо підготовки фахівців у сфері туризму, норм та традицій вищої університетської освіти, а також профілю освітньо-професійної програми.

Навчальний контент

	Теми	Результати навчання
	<i>ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ КОМУНІКАТИВНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ</i>	
1	ТЕМА 1. КОМУНІКАЦІЯ, ЯК СКЛАДОВА ЧАСТИНА МЕНЕДЖМЕНТУ ОРГАНІЗАЦІЙ	Знати: поняття інформації, її суть та значення в процесі менеджменту; класифікацію інформації, що використовується в управлінні; вимоги до інформації; особливості використання інформації на верхньому, середньому, низовому рівнях менеджменту.
2	ТЕМА 2. КАНАЛИ, ЗАСОБИ ТА БАР'ЄРИ КОМУНІКАЦІЙ	Знати: формальні та неформальні комунікації; горизонтальні та діагональні комунікації; типи комунікаційних ланцюгів, які використовуються в неформальних комунікаціях;; вдосконалення письмових й усних комунікацій за допомогою використання контрольного переліку «П'ять «С» комунікацій» Р.Фалмера.
3	ТЕМА 3 ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕФЕКТИВНИХ КОМУНІКАЦІЙ	Знати: основні елементи забезпечення ефективних комунікацій: джерело, повідомлення, аудиторія, канали комунікацій; методи вдосконалення міжособистісних комунікацій; вдосконалення організаційних комунікацій; планування процесу комунікації; розробка плану комунікацій; ситуаційні чинники, що впливають на поширення інформації про функціонування та досягнення організації.
4	ТЕМА 4. РОЗВИТОК ТЕХНІЧНОЇ БАЗИ КОМУНІКАЦІЙ	Знати: групи технічних засобів управління: прості пристрої та знаряддя праці, організаційна техніка; створення

		автоматизованих робочих місць (АРМ) керівника підприємства та різних категорій спеціалістів.
ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ II. ПЕРСПЕКТИВИ КОМУНІКАТИВНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ		
5	ТЕМА 5. КОМУНІКАТИВНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ ТА БІЗНЕС-КОМУНІКАЦІЇ	Знати: ділове середовище організації та інтегрування бізнес-комунікаціями; відносини з партнерами, клієнтами, конкурентами, інвесторами, операторами ринкової інфраструктури, консультантами, органами влади, ЗМІ; ключові коефіцієнти ефективності (KPI).
6	ТЕМА 6. КОМУНІКАТИВНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ І РЕПУТАЦІЙНІ КОМУНІКАЦІЇ	Знати: репутація як ключова складова іміджу сучасної організації; значення репутації для публічних організацій і комунікацій; ризики втрати ділової репутації та управління ними; комунікативний менеджмент лояльності клієнтів (Client Relations) та брендінга.
7	ТЕМА 7. МЕНЕДЖЕР ЯК СУБ'ЄКТ УПРАВЛІНСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАТИВНОМУ ПРОЦЕСІ	Знати: інформаційну роль менеджера в інформаційному обміні; предмет, знаряддя і продукт праці інформаційного менеджера; добір, оцінювання та розстановка фахівців інформаційної сфери в організації.
8	ТЕМА 8. КОМУНІКАТИВНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ ТА ІНФОРМАЦІЙНЕ СУСПІЛЬСТВО. КОМУНІКАЦІЙНА ЕФЕКТИВНІСТЬ ЗМІ	Знати: комунікативний етикет; обов'язкові елементи та фази комунікаційного спілкування; проблеми модернізації взаємодії суспільства і держави, теоретичні і прикладні розробки програм «електронної держави» в сучасному світі – “Bund Online 2005” (Німеччина), “e – Government” (Велика Британія), “Federal Enterprise” (США) та ін. Можливості нових принципів взаємодії.

Формування програмних компетентностей

Індекс в матриці ОП	Програмні компетентності
ЗК 3.	Уміння працювати в міжнародному та вітчизняному професійному середовищі
ЗК 5.	Уміння спілкуватися з експертами інших галузей в питаннях, спільних для вирішення.
ЗК 7.	Дух підприємництва, креативність, бажання досягти успіху і самореалізуватися.
ЗК 9.	Здатність мотивувати людей та рухатися до спільної мети.
ЗК 10.	Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт.
ЗК 12.	Уміння приймати обґрунтовані рішення та розв'язувати проблеми.
ФК 11.	Здатність до управління інформацією
ПРН14.	Використовувати комунікативні навички і технології, ініціювати запровадження методів комунікативного менеджменту в практику діяльності суб'єктів туристичного бізнесу
ПРН15.	Відповідати вимогам спілкування в діалоговому режимі з широкою науковою спільнотою та громадськістю в сфері туризму та рекреації
ПРН 18	Вміти приймати рішення у складних і непередбачуваних умовах, що потребує застосування нових підходів та методів прогнозування.
ПРН 19	Нести відповідальність за розвиток професійного знання і практик, оцінювання стратегічного розвитку команди, формування ефективної кадрової політики
ПРН 20	Демонструвати здатність саморозвиватися та самовдосконалюватися упродовж життя
ПРН 21	Ініціювати інноваційні комплексні проекти, проявляти лідерство під час їх реалізації

Літературні джерела

1. Бондаренко Н.В., Дубницький В.И. Менеджмент – корпоративний, маркетинговий, інформаційний, антикризисний./ Справ.-инф. пособ. для спеціалістів, научних. работников и підприємців./ – Донецк.: ООО «Юго-Восток ЛТД», 2004. – 140 с.
2. Ботвина Н. В. Міжнародні культурні традиції: мова та етика ділового спілкування : навч.посібник / Н. В. Ботвина. – Київ : АртЕк, 2002. – 206 с.
3. Власова Г.В., Лутовинова В.І., Титова Л.І. Аналітико-синтетична переробка інформації: Навч.посіб. – К.: ДАКККіМ, 2006. – 291 с.
4. Голубев Р.О. Проблеми формування системи інформаційного забезпечення розвитку підприємництва // Економіка: проблеми теорії та практики. – 2004. - Вип.18. – с.19.
5. Симионов Ю.Ф. Информационный менеджмент/ Ю.Ф.Симионов, В.В.Бормотов.- Ростов н/Д: Феникс, 2006. – 250 с.
6. Стоян Т. А. Діловий етикет: моральні цінності і культура поведінки бізнесмена: навч. посібник / Т. А.Стоян. – Київ : ЦУЛ, 2004. – 232 с.
7. Хміль Ф. І. Ділове спілкування: навч. посіб. / Ф. І. Хміль – Київ : Академвидав, 2004. – 278 с.
8. Хміль Ф.І. Практикум з менеджменту організацій: Навч. посібник. – Львів: Магнолія плюс, 2004. – 333с.
9. Шеломенцев В. М. Етикет і сучасна культура спілкування / В. М. Шеломенцев. – Київ : Лібре, 2003. – 415 с.
10. Шестопапов К.Р. Проблеми формування комунікацій в сучасній організації // Управління персоналом. – 2006. – №7. – с.12.
11. Щекин Г. В. Визуальная психодиагностика: познание людей по их внешности и поведении: учеб. - метод. пособие / Г. В. Щекин. – Киев : МАУП, 2001. – 616 с.

Політика оцінювання

- **Політика щодо дедайннів та перескладання:** Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку (75% від можливої максимальної кількості балів за вид діяльності балів). Перескладання модулів відбувається із дозволу деканату за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).
- **Політика щодо академічної доброчесності:** Списування під час контрольних робіт та екзаменів заборонені (в т.ч. із використанням мобільних девайсів). Мобільні пристрої дозволяється використовувати лише під час он-лайн тестування та підготовки практичних завдань в процесі заняття.
- **Політика щодо відвідування:** Відвідування занять є обов'язковим компонентом оцінювання, за яке нараховуються бали. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, працевлаштування, міжнародне стажування) навчання може відбуватись в он-лайн формі за погодженням із керівником курсу.

Оцінювання

Остаточна оцінка за курс розраховується наступним чином:

Види оцінювання	% від остаточної оцінки
Модуль 1 (теми 1-4) усне опитування, тести, завдання	35
Модуль 2 (теми 5-8) усне опитування, тести, завдання	35
Залік (теми 1-9) – тести, завдання	30

До Силабусу також готуються матеріали навчально-методичного комплексу:

- 1) Навчальний контент (розширений план лекцій)
- 2) Тематика та зміст парктичних робіт
- 3) Завдання для підсумкового контролю (залікові питання)
- 4) Електронне навчання в системі MODLE