

Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича

Економічний факультет

Кафедра економічної теорії, менеджменту і адміністрування

СИЛАБУС

навчальної дисципліни

"Комунікаційний менеджмент"

вибіркова

Освітньо-професійна програма: Менеджмент організацій і адміністрування
Спеціальність: 073 Менеджмент
Галузь знань: 07 «Управління і адміністрування»
Рівень вищої освіти: перший (бакалаврський)
Факультет: економічний
Мова навчання: українська
Розробник: Запухляк В.М., доцент кафедри економічної теорії,
менеджменту і адміністрування, к.е.н., доцент

Профайл викладача: <http://econom.chnu.edu.ua/kafedry-ekonomichnogo-fakultetu/kafedra-menedzhmentu-ekonomichnoyi-teo/kolektyv-kafedry/zapuhlyak-volodymyr-myhajlovych>
Контактний тел.: [+ 380 372 52 65 51](tel:+380372526551)
E-mail: v.zapukhlyak@chnu.edu.ua
Сторінка курсу в Moodle: <https://moodle.chnu.edu.ua/course/view.php?id=2852>
Консультації: он-лайн консультації – згідно з графіком
очні консультації – за попередньою домовленістю

1. Анотація дисципліни (призначення навчальної дисципліни). Навчальна дисципліна «Комунікаційний менеджмент» належить до вибірових освітніх компонент освітньо-професійної програми «Менеджмент організацій і адміністрування» спеціальності 073 «Менеджмент». Комунікаційний менеджмент покликаний на основі комплексного підходу дати системне уявлення про ділову комунікацію і методологію комунікаційного менеджменту; сформувати знання щодо концептуальних засад і технологій комунікаційного менеджменту; розвинути аналітичні здібності і практичні навички студентів в контексті управління комунікаційними процесами на міжособовому, внутрішньоорганізаційному та міжорганізаційному рівнях.

2. Мета навчальної дисципліни: полягає в ознайомленні студентів зі специфікою комунікації в сучасному соціальному та бізнес-середовищі, щоб вони, як майбутні менеджери, учасники бізнес-процесів могли оцінити місце і значення корпоративних комунікацій, орієнтуватися в комунікаційному просторі, застосовувати отримані знання на індивідуальному та організаційному рівні.

3. Пререквізити. У рамках роботи над курсом необхідним є вивчення здобувачем вищої освіти таких навчальних дисциплін: «Економічна теорія», «Мікроекономіка», «Менеджмент», «Менеджмент персоналу».

4. Результати навчання. Відповідно до освітньо-професійної програми «Менеджмент організацій і адміністрування» підготовки здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю 073 «Менеджмент» галузі знань 07 «Управління і адміністрування» вивчення дисципліни «Комунікаційний менеджмент» сприяє формуванню таких компетентностей та програмних результатів навчання:

Загальні та фахові компетентності:

ЗК 3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу, синтезу.

ЗК 8. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.

СК 2. Здатність аналізувати результати діяльності організації, зіставляти їх з факторами впливу зовнішнього та внутрішнього середовища.

СК 5. Здатність управляти організацією та її підрозділами через реалізацію функцій менеджменту.

СК 11. Здатність створювати та організовувати ефективні комунікації в процесі управління.

Програмні результати навчання

ПРН 6. Виявляти навички пошуку, збирання та аналізу інформації, розрахунку показників для обґрунтування управлінських рішень.

ПРН 9. Демонструвати навички взаємодії, лідерства, командної роботи.

ПРН 11. Демонструвати навички аналізу ситуації та здійснення комунікації у різних сферах діяльності організації.

5. Опис навчальної дисципліни

5.1. Дидактична карта навчальної дисципліни

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин											
	денна форма						заочна форма					
	усьо- го	у тому числі					усьо- ого	у тому числі				
		л	п	лаб	інд	с.р.		л	п	лаб	інд	с.р.
Теми лекційних занять	Змістовий модуль 1. Концептуальні основи організаційних комунікацій як процесу											
Тема 1. Середовище реалізації і сутність комунікаційного менеджменту	11	2	3	-	-	6	11	1	-	-	-	10
Тема 2 Комунікації в контексті еволюції теорії менеджменту	11	2	3	-	-	6	11	1	-	-	-	10

Тема 3. Комунікативна функція в діяльності організацій	11	2	3	-	-	6	11	1	-	-	-	10
Тема 4. Комунікаційний процес	11	2	3	-	-	6	11	1	1	-	-	9
Тема 5. PR як основа комунікаційного менеджменту	11	2	3	-	-	6	11	-	1	-	-	10
<i>Разом за ЗМ 1</i>	55	10	15	-	-	30	55	4	2	-	-	49
Теми лекційних занять	Змістовий модуль 2. Технології ефективного управління організаційними комунікаціями											
Тема 6. Дослідження середовища організації в рамках комунікаційного менеджменту	11	2	3	-	-	6	11	1	-	-	-	10
Тема 7. Комунікаційний компонент реалізації плану PR-кампанії	11	2	3	-	-	6	11	1		-	-	10
Тема 8. Формування позитивного іміджу організації	11	2	3	-	-	6	12	1	1	-	-	10
Тема 9. Комунікації у кризових і конфліктних ситуаціях	11	2	3	-	-	6	11	1	-	-	-	10
Тема 10. Технології цивілізованого лобювання	11	2	3	-	-	6	10	-	-	-	-	10
Тема 11. Ефективні міжособистісні комунікації	10	2	3	-	-	5	10	-	1	-	-	9
<i>Разом за ЗМ 2</i>	65	12	18			35	65	4	2			59
Усього годин	120	22	33			65	120	8	4			108

5.2. Зміст завдань для самостійної роботи

Самостійна робота здобувачів з дисципліни «Комунікаційний менеджмент» спрямована на узагальнення, системне засвоєння та закріплення знань по кожній темі. Вона охоплює зокрема такі види робіт: опрацювання лекційного матеріалу, рекомендованої і додаткової літератури, підготовку до практичних занять, розгляд питань, які винесені на самостійне вивчення, а також виконання дослідницького завдання по кожному змістовому модулю. Зміст завдання полягає у підготовці письмової відповіді (у формі презентації) на обране питання з наведеного нижче переліку (одна письмова робота у рамках кожного модуля). За кожну таку роботу, в якій викладено обґрунтований матеріал, здобувач може отримати до 8 балів. Сума балів за виконання дослідницького завдання визначається: повнотою відповіді, логікою та аргументованістю викладу матеріалу, оригінальністю авторського підходу, якістю і кількістю використаних джерел, оформленням роботи.

№ п/п	Назва теми	Кількість годин	
		денна ф.н.	заочна ф.н.
1	Тема 1. Середовище реалізації і сутність комунікаційного менеджменту Роль і значення інформації в управлінській діяльності. Дані, інформація, знання. Модель DIKW. Ф.Махлуп й інформаційна економіка. Показники якості економічної інформації. Цикл інформації. Фірма (організація) як середовище інформаційного обміну. Виробничі та «інформаційні працівники». Knowledge worker. Персонал, культура, матеріальні активи, зацікавлені групи і комунікації. Сутність і специфіка комунікаційного менеджменту.	6	10

	Соціальні й економічні аспекти комунікаційного менеджменту.		
2	Тема 2 Комунікації в контексті еволюції теорії менеджменту Специфіка і роль комунікацій у менеджменті і в соціальних системах. Лінійна (класична) модель комунікацій. Соціально-психологічна (інтеракційна) модель. Шумова модель комунікацій. Факторна модель комунікацій. Циклічна (збалансована) модель комунікацій. Принципи побудови комунікацій в «школі наукового управління» та «адміністративній школі». Комунікаційні аспекти принципів А. Файоля. Делегування відповідальності, співставність відповідальності і влади, діапазон контролю. «Місток» Файоля. Розуміння комунікацій в «школі людських відносин». Дивергенція цілей. Значення комунікацій в «школі соціальних систем». Г. Саймон – концепція обмеженої раціональності. Принципи побудови комунікацій: порівняльний аналіз.	6	10
3	Тема 3. Комунікативна функція в діяльності організацій Роль і місце комунікацій в управлінському контексті. Механістичний і діяльнісний підхід до комунікації. Ключові аспекти комунікаційної взаємодії: інформаційний, інтерактивний, гносеологічний, аксіологічний, нормативний, семіотичний. Цілі і функції комунікацій в організації: інформативна, мотиваційна, контрольна, експресивна. Види комунікацій в організації. Міжособові, внутрішньоорганізаційні, зовнішні. Висхідні і низхідні комунікації. Вербальна і невербальна комунікація.	6	10
4	Тема 4. Комунікаційний процес Базова модель процесу комунікацій. Модель Шеннона-Вівера. Комунікатор, повідомлення, передавач, адресат, шум. Модель комунікацій В.Шрамма. Інформування, інструктування, переконання. Соціальне оточення. Специфіка елементів комунікаційного процесу. Декодування, стереотипи, символи, семантика, тиск групи. Бар'єри у процесі комунікацій. Шум в комунікаційному процесі. Мікробар'єри і макробар'єри комунікацій. Фактори джерела (відправника). Фактори одержувача.	6	9
5	Тема 5. PR як основа комунікаційного менеджменту Сутність та призначення паблік рілейшнз в контексті управлінської діяльності. «Чорний» PR. Інтернет просування. Спеціальні події. Продакт плейсмент. Пабліцитний капітал. Нематеріальні активи та їх структура. Стійкі конкурентні переваги. Паблік рілейшнз і споріднені види діяльності. Прес-посередництво, пабліситі, реклама, маркетинг. Відмінності між цільовими функціями PR і пропаганди. Принципи PR і функції PR. Вимоги до особистих якостей фахівця з паблік рілейшнз.	6	10
6	Тема 6. Дослідження середовища організації в рамках комунікаційного менеджменту PR-аудит. Комунікаційний аудит. Аудит груп громадськості, що мають відношення до організації (релевантні групи громадськості). Аудит ставлення груп громадськості до організації. Аудит міри впливовості груп громадськості. Аналіз комунікаційного клімату. Аналіз комунікаційних мереж. Контент-аналіз. Соціальний аудит. Об'єкти та технології соціального аудиту. Ситуаційний аналіз. Маркетингові дослідження.	6	10

7	Тема 7. Комунікаційний компонент реалізації плану PR-кампанії Структура плану PR-кампанії. Ситуація; цілі; громадськість (аудиторія); стратегія; тактика; календар-графік; бюджет; оцінка. Умови ефективності інформаційного повідомлення. Повідомлення і цільова аудиторія. Як зробити повідомлення новиною. Надійність джерела повідомлення. Використання неконтрольованих і контрольованих засобів комунікації. Принципи ефективної комунікації. Перелік подій та їх типова комунікаційна підтримка.	6	10
8	Тема 8. Формування позитивного іміджу організації. Соціально-психологічна природа іміджу. Функції іміджу на рівні організації. Імідж, репутація, бренд як елементи інтелектуального капіталу. Компоненти іміджу. Внутрішня громадськість та імідж організації. Іміджева атрибутика організації. Імідж і репутація – порівняльна характеристика. Позиціонування організації за допомогою репутаційного менеджменту. Моделі тактики репутаційного менеджменту. Бренд. Модель 5Е.	6	10
9	Тема 9. Комунікації у кризових і конфліктних ситуаціях. Типологія криз та інших екстремальних ситуацій. Роль людського чинника у кризових ситуаціях. Управління в умовах кризи. Процес управління проблемами. Комунікація в умовах кризи. Комунікаційна модель впливу кризи на співробітників організації. Модель SBR. Ключова роль співробітників організації в умовах кризи. Стратегія і тактика боротьби з чутками. Дезінформація. Центр боротьби з чутками.	6	10
10	Тема 10. Технології цивілізованого лобіювання Лобіювання: сутність, легітимність, практика. GR-менеджмент і лобіювання. Організація лобістської кампанії. Ключові тактики лобіювання. Безпосереднє лобіювання. Опосередковане лобіювання. Внутрішнє лобіювання. Прийоми та способи лобіювання. Методи впливу на адресатів лобіювання.	6	10
11	Тема 11. Ефективні міжособистісні комунікації. Ефективні публічні виступи. Модель CALLER. Активне слухання. Емпатія. Методи забезпечення ефективного зворотного зв'язку. Позамовні навички комунікації. Категорії позамовних засобів комунікації. Статичні особливості й характеристики. Динамічні компоненти. Кінезис і комунікації. Дотик як засіб спілкування. Особистий простір. Соціальний простір. Візуальний контакт. Особливості використання інтонаційної системи у комунікаціях.	5	9

6. Освітні технології, методи навчання і викладання навчальної дисципліни

Віртуальні класи і відеоконференції: платформа Google Meet для онлайн-зустрічей, проведення лекцій, обговорення практичних аспектів дистанційно у режимі реального часу.

Антилекція як інструмент налагодження зворотного зв'язку із аудиторією, забезпечення ефективних комунікацій у процесі викладання.

Платформа Moodle, яка в межах навчальної дисципліни дозволяє створювати онлайн-версію курсу із відповідними методичними матеріалами та можливістю взаємодії між здобувачами освіти та викладачем.

Методи навчання

Під час навчальних занять використовуються традиційні та інтерактивні методи навчання:

- МН 1 – лекція-візуалізація;
- МН 2 – проблемна лекція;
- МН 4 – семінар-дискусія;
- МН 5 – семінар-діалог;
- МН 6 – виконання індивідуальних науково-дослідних завдань;
- МН 7 – аналіз і рішення ситуативних професійних завдань (case study);
- МН 8 – робота з тестами;
- МН 12 – дистанційне навчання з використанням відповідних онлайн-платформ.

7. Контроль та оцінювання результатів навчальних досягнень студентів з навчальної дисципліни

Дедлайни та перескладання. Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку. Перескладання модулів відбувається з дозволу деканату за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний, участь у студентській олімпіаді, конференції тощо).

Академічна доброчесність. Здобувачі самостійно виконують навчальні завдання, завдання поточного та підсумкового контролю результатів навчання. У випадку використання ідей, розробок, тверджень інших авторів, обов'язковим є посилання на джерела інформації.

Відвідування занять. Обов'язкова умова виконання навчального плану дисципліни – регулярне відвідування занять. Форми навчання визначені затвердженим графіком освітнього процесу Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича.

Політика щодо визнання результатів здобутих шляхом неформальної освіти. Відповідно до «Положення про взаємодію формальної та неформальної освіти, визнання результатів навчання (здобутих шляхом неформальної та/або інформальної освіти, в системі формальної освіти) у Чернівецькому національному університеті імені Юрія Федьковича (протокол № 109 від 28 березня 2022 року) (<https://www.chnu.edu.ua/media/3aykf41y/polozhennia-pro-vzaiemodiiu-formalnoi-ta-neformalnoi-osvity.pdf>) допускається зарахування практичних занять, навчальних елементів та отримання додаткових балів (додатково 10 балів до підсумкової оцінки) при наявності сертифіката (свідоцтва, тощо) отриманого здобувачем у неформальній освіті (курси, тренінги) з вивчення тем охоплених змістовим наповнення курсу.

Засоби оцінювання:

- МО 1 – фронтальне опитування;
- МО 2 – індивідуальне опитування;
- МО 3 – презентація результатів виконання індивідуальних завдань (творчих, розрахункових, аналітичних);
- МО 7 – реферати;
- МО 8 – есе;
- МО 11 – тестування;
- МО 12 – тематичні контрольні роботи;
- МО 14 – підсумковий контроль – залік.

Критерії оцінювання:

при усних відповідях: повнота розкриття питання; логіка і обґрунтованість викладу матеріалу; використання різноманітних (у тому числі іноземними мовами) джерел інформації; аналітичні міркування, уміння робити порівняння, узагальнення і висновки; уміння аналізувати теоретичні проблеми з урахуванням світової та вітчизняної практики;

при виконанні письмових завдань: повнота розкриття питання, аргументованість і логіка викладення матеріалу, використання різноманітних джерел інформації, нормативних документів, прикладів і фактичного матеріалу тощо; цілісність, системність, логічність,

уміння формулювати висновки; нестандартний підхід і креативність; акуратність оформлення письмової роботи.

Максимальна кількість балів, яку здобувач може отримати в процесі вивчення дисципліни протягом семестру, становить 100 балів, з яких 60 балів здобувач набирає при поточних видах контролю і 40 балів – у процесі підсумкового виду контролю (заліку).

Моніторинг навчальних результатів здійснюється на основі:

поточного контролю за підсумками оцінювання експрес-опитувань, тестувань, індивідуального й колективного опрацювання кейсів, виступів, повідомлень, реферативних завдань та участі в дискусіях з проблематики відповідних занять (максимальна сумарна кількість балів, яку може отримати студент за роботу на практичних заняттях в рамках поточного контролю становить 60 балів);

підсумкового контролю у вигляді заліку (оцінюється в 40 балів).

Загальна підсумкова оцінка з дисципліни складається із суми балів за результати поточного контролю знань та за виконання залікових завдань.

Шкала оцінювання: національна та ECTS

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою для заліку
90-100	A	зараховано
80-89	B	
70-79	C	
60-69	D	
50-59	E	
35-49	FX	не зараховано з можливістю повторного складання
0-34	F	не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

Критерії оцінювання результатів навчання з навчальної дисципліни

Оцінка	Характеристики
A (90-100)	Всебічні і глибокі знання навчального матеріалу за програмою дисципліни. Здобувач засвоїв теоретичні засади навчальної дисципліни, специфіку практичних і тестових завдань. Глибоко знає основну літературу, а також періодичні джерела та електронні ресурси. Ознайомився з додатковою літературою, рекомендованою програмою. Вміє вільно виконувати практичні завдання, передбачені програмою. Системно інтерпретує програмний матеріал. Дає вичерпні, повні, грамотні відповіді на програмні запитання. Демонструє навички творчого мислення.
B(80-89)	Здобувач показав повні і достатні знання навчального матеріалу за програмою курсу, здатний до їхнього поповнення та оновлення в процесі подальшого навчання і практичної діяльності. Успішно виконав передбачені програмою практичні завдання без істотних зауважень.
C(70-79)	Здобувач опрацював основну літературу, рекомендовану програмою, а також додаткову літературу. Засвоїв основні завдання і методи курсу. Вміє використовувати на практиці програмні завдання, розв'язувати тестові завдання. Проте, наявні певні неточності, помилки.

D(60-69)	Продemonстровано знання лише базового програмного матеріалу в обсязі, необхідному для подальшого навчання і наступної роботи за спеціальністю. Програмний матеріал викладається ним непослідовно із суттєвими неточностями та помилками у формулюванні наукової термінології. Знання суміжних дисциплін та новітніх наукових даних з навчальної дисципліни є слабкими. Допускає неточності, помилки при розв'язанні задач і тестів.
E (50-59)	Недосконало і неповно дає відповіді на теоретичні питання дисципліни і розв'язує практичні завдання з суттєвими помилками, частково, але володіє необхідними знаннями для виправлення помилок під керівництвом викладача. Не може пов'язати теоретичний матеріал з практичними завданнями.
FX (35-49)	Не володіє системою знань навчального матеріалу дисципліни. Допускає грубі помилки у відповідях. Не вміє вирішувати передбачені програмою практичні завдання або допускає принципові помилки у їх виконанні.
F(l-34)	Здобувач має недостатній рівень знань для самостійного оволодіння програмним матеріалом без додаткової підготовки. Показує невміння орієнтуватися в основній літературі і нормативних матеріалах.

Розподіл балів, які отримують здобувачі

Поточне оцінювання (аудиторна та самостійна робота)													Кількість балів (залік)	Сумар-на к-ть балів
Змістовий модуль 1						Змістовий модуль 2							40	100
T1	T2	T3	T4	T5	ІНДЗ-1	T6	T7	T8	T9	T10	T11	ІНДЗ-2		
4	4	4	5	5	8	4	4	4	4	3	3	8		

T1, T2 ... T11 – теми змістових модулів.

8. Рекомендована література (основна)

1. Борг Д. Мистецтво говорити. Таємниці ефективного спілкування. Харків : Фабула, 2019. 304 с.
2. Бурмака. Т. М. Комунікативний менеджмент : конспект лекцій. Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2019. 69 с.
3. Гудзь О. Є., Маковецька І. М. Управління комунікаціями в підприємствах: монографія. Львів : «Галицька видавнича спілка», 2021. 216 с.
4. Гудзь О. Є., Маковецька І. М. Комунікаційний менеджмент: навчальний посібник. Львів : «Галицька видавнича спілка», 2021. 224 с.
5. Коулман А. Стратегії кризових комунікацій. Харків : Фабула, 2023. 200 с.
6. Підприємництво та організація власного бізнесу: навч. посібник. Укл.: Білоскурська О., Бак Н., Проданчук М., Запихляк В. та ін. / За ред. Р.І. Грешка. Чернівці: Чернівець. нац. ун-т ім. Ю. Федьковича, 2022. 580 с.
7. Романовський О.Г., Серета Н.В., Воробйова Є.В. Основи публік рилейшнз : навч. посіб. Харків : НТУ «ХПІ», 2019. 173 с.
8. Сагер Л.Ю. Управління внутрішніми комунікаціями підприємств: теорія, методика, практика : монографія. Київ : ЦУЛ, 2019. 196 с.
9. Стратегічні комунікації : практичний посібник / Компанцева Л., Заруба О., Череватий С., Акульшин О. та ін.; за заг. ред. Давліканової О., Компанцевої Л. Київ : ТОВ «ВІСТКА», 2022. 278 с.

9. Інформаційні ресурси

1. Національна бібліотека України ім. В.І. Вернадського. URL: <http://www.nbuv.gov.ua/>
2. Наукова бібліотека Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича. URL: <http://library.chnu.edu.ua/index.php?page=ua>
3. Офіційний сайт Національного інституту стратегічних досліджень URL: <http://www.niss.gov.ua>
4. Офіційний сайт Світового центру даних з геоінформатики та сталого розвитку. URL: <http://wdc.org.ua/>
5. Офіційний сайт Статистичного відділу ООН (UNSD). URL: <https://unstats.un.org/home/>
6. Hofstede Insights. URL: <https://www.hofstede-insights.com/country>
7. Офіційний сайт Всесвітнього економічного форуму (World Economic Forum). URL: <https://www.weforum.org/>
8. Офіційний сайт Boston Consulting Group. URL: <https://www.bcg.com/>
9. Офіційний сайт Harvard Business Review. URL: <https://hbr.org/>
10. Офіційний сайт Interbrand. URL: <https://www.interbrand.com/>
11. Офіційний сайт IPRA (International Public Relations Association). URL: <https://www.ipra.org/>
12. Офіційний сайт PricewaterhouseCoopers. URL: <https://www.pwc.com/ua/uk.html>