

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЕКОНОМІКО-ТЕХНОЛОГІЧНИЙ ІНСТИТУТ ІМЕНІ Р.ЕЛЬВОРТИ

Кафедра маркетингу, менеджменту та економіки

Затверджую
зав кафедри маркетингу,
менеджменту та економіки
Павлова О.В.

ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Кафедра	фінансів та бухгалтерського обліку
Навчальна дисципліна	Комунікаційна політика підприємства
Рівень вищої освіти	Другий (магістерський) рівень
Ступінь вищої освіти	Магістр
Галузь знань	07 – Управління та адміністрування
Спеціальність	073 Менеджмент
Обсяг дисципліни в кредитах ECTS	4
Статус дисципліни	Вибіркова компонента ОП (вивчається у 2 семестрі), залік
Мова викладання	Українська
Мета та завдання навчальної дисципліни	Метою вивчення навчальної дисципліни «Комунікаційна політика підприємства» є формування у студентів навичок будування ефективних внутрішніх комунікацій, володіння різними засобами проведення зовнішніх комунікаційних заходів. Завданням вивчення дисципліни «Комунікаційна політика підприємства» є формування у студентів уяви щодо специфіки комунікації в сучасному суспільстві і сучасній економіці, місця і значення корпоративних комунікацій, основних інструментів формування ефективної комунікаційної політики.
Інтегральна компетентність, загальні компетентності, спеціальні (фахові компетенції)	ЗК 2 Здатність до спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності); ЗК 3 Навички використання інформаційних та комунікаційних технологій; СК 10 Здатність до управління організацією та її розвитком СК 5 Здатність створювати та організовувати ефективні комунікації в процесі управління
Форми проведення занять	Лекції, практичні заняття
Індивідуальні заняття	-
Програмні результати навчання	Р 1. Критично осмислювати, вибирати та використовувати необхідний науковий, методичний і аналітичний інструментарій для

	управління в непередбачуваних умовах P2. Ідентифікувати проблеми в організації та обґрунтовувати методи їх вирішення P6. Мати навички прийняття, обґрунтування та забезпечення реалізації управлінських рішень в непередбачуваних умовах, враховуючи вимоги чинного законодавства, етичні міркування та соціальну відповідальність. P 7 Організовувати та здійснювати ефективні комунікації всередині колективу, з представниками різних професійних груп та в міжнародному контексті																																
Оцінювання результатів навчання	Здійснюється шляхом складання суми балів, отриманих під вивчення дисципліни. Оцінювання здійснюється за національною шкалою (відмінно, добре, задовільно, незадовільно) та за шкалою ЄКТС, де: <table><tr><th colspan="4">Шкала оцінювання: національна та ECTS</th></tr><tr><th rowspan="2">Сума балів за всі види навчальної діяльності</th><th rowspan="2">Оцінка ECTS</th><th colspan="2">Оцінка за національною шкалою</th></tr><tr><th>для екзамену, курсового проекту (роботи), практики</th><th>для заліку</th></tr><tr><td>90-100</td><td>A</td><td>відмінно</td><td rowspan="5">зараховано</td></tr><tr><td>82-89</td><td>B</td><td rowspan="2">добре</td></tr><tr><td>74-81</td><td>C</td></tr><tr><td>64-73</td><td>D</td><td rowspan="2">задовільно</td></tr><tr><td>60-63</td><td>E</td></tr><tr><td>35-59</td><td>FX</td><td>незадовільно з можливістю повторного складання</td><td>не зараховано з можливістю повторного складання</td></tr><tr><td>1-34</td><td>F</td><td>незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни</td><td>не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни</td></tr></table>	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	1-34	F	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни
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																														
1-34	F	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни																														
ЗМІСТ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ ЗА ТЕМАМИ																																	
Тема 1. Методологічні основи курсу «Комунікаційна політика підприємств» Поняття спілкування та комунікацій, спілкування як необхідна умова розвитку особистості, функції та види спілкування, комунікаційна сторона спілкування, значення комунікацій у сучасному світі, тенденції розвитку інформаційних технологій, поняття комунікаційної політики сучасного підприємства. Тема 2. Комунікації в організації Комунікації між рівнями управління та підрозділами. Комунікаційні канали. Інформаційна, адміністративна, технічна взаємодія суб’єктів управлінської діяльності. Засоби комунікаційного впливу. Класифікація організаційних комунікацій.																																	

комунікаційний процес, комунікаційні перешкоди, моделі комунікацій в організації, комунікаційні стилі та ланцюги. Поняття комунікаційної компетентності фахівця, розвиток комунікаційних навичок.

Особливості комунікаційного менеджменту при підборі, прийому, адаптації кадрів, підвищенні кваліфікації, просуванні, звільненні персоналу.

Тема 3. Ділове спілкування

Визначення ділового спілкування. Форми ділового спілкування (бесіда, переговори, наради і збори, публічна мова).

Психологічні особливості ділового спілкування. Питання та відповіді у діловому спілкуванні. Вплив у спілкуванні.

Невербальні аспекти ділового спілкування.

Етика ділового спілкування, національні та професійні етичні норми, правила спілкування, етичний корпоративний кодекс. Конфліктні ситуації у діловому спілкуванні та правила їх вирішення.

Тема 4. Комунікаційний менеджмент

Комунікаційний менеджмент та його роль в управлінні підприємством. Типологічні моделі комунікаційного менеджменту. Стратегічне планування в комунікаційному менеджменті. Організаційне забезпечення управління комунікаціями. Визначення ефективності комунікаційного менеджменту.

Тема 5. Розробка комунікаційної політики підприємства

Комунікаційна політика підприємства та основні принципи її виконання. Інформаційна взаємодія з контрагентами. Технологія планування, організації та проведення комунікаційної політики. Інституціональні основи управління комунікаціями.

Тема 6. Внутрішня комунікаційна політика підприємства

Особливості управління інформаційними потоками на підприємстві. Інформаційно - психологічні канали зв'язків з персоналом. Роль комунікацій у формуванні корпоративної культури.

Тема 7. Зовнішня комунікаційна політика підприємства

Напрями зовнішньої комунікаційної політики. Формування корпоративної ідентичності. Імідж підприємства. Засоби проведення зовнішніх комунікаційних заходів.

Тема 8. Маркетингова комунікаційна політика як найважливіша складова комунікаційної політики підприємства

Основні напрями, цілі, завдання та правила маркетингової комунікаційної політики.

Реклама як інструмент просування товару на ринок. Поняття і суть реклами і її види.

Характеристика основних рекламних засобів (каналів). Планування рекламної кампанії.

Товарний знак і його використання в цілях реклами.

Роль public relations в комунікаційній політиці. Модель корпоративного іміджу.

ОСНОВНА ЛІТЕРАТУРА З НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

1. Основы менеджмента / под ред. В. С. Верлоки, И. Д. Михайлова. – Харьков : Основа, 1996. – 352 с.

2. Горанчук В. В. Психология делового общения и управленческих воздействий / В. В. Горанчук. – СПб. : Нева, 2003. – 288 с.

3. Виханский О. С. Менеджмент : учебник / О. С. Виханский, А. И. Наумов. – М. : Фирма Гардарики, 1996. – 416 с.

4. Григорьева Н. Н. Коммуникационный менеджмент [Электронный ресурс] : учебный курс (учебно-методический комплекс) / Н. Н. Григорьева. – Режим доступа: <http://e-college.ru/xbooks/xbook157/book/index/>
5. Рева В. Е. Коммуникационный менеджмент : учебно-методическое пособие / В. Е. Рева. – Пенза : ПГУ, 2003. – 160 с.
6. Михалева Е. П. Маркетинг / Е. П. Михалёва. – М. : Юрайт, 2010. – 224 с.
7. Котлер Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер. – М. : Бизнес-книга, 1995. – 702 с.
8. Федотова М. Г. Коммуникационный менеджмент : учебное пособие / М. Г. Федотова. – Омск : Изд-во ОмГТУ, 2006. – 76 с.
9. Гончарук В. А. Маркетинговое консультирование / В. А. Гончарук . – М. : Дело, 1998. – 248 с.
10. Мезенцев Е. А. Реклама в коммуникационном процессе : учебное пособие / Е.А. Мезенцев. – Омск : Изд-во ОмГТУ, 2007. – 64 с.
11. Семенов Н. А. Маркетинг : учебное пособие / Н. А. Семёнов. – Тверь : ТГТУ, 2007. – 100 с.