

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ЧЕРКАСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ФАКУЛЬТЕТ ГУМАНІТАРНИХ ТЕХНОЛОГІЙ  
КАФЕДРА СОЦІАЛЬНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ  
до практичних занять з дисципліни  
«Комунікативний менеджмент»  
для здобувачів освітнього ступеня бакалавр  
зі спеціальності 232 «Соціальне забезпечення»  
усіх форм навчання

**УДК 316.77(07)**  
**М 54**

*Затверджено вченою радою ФГТ,  
протокол № 06 від 06.02.2020 р.,  
згідно з рішенням кафедри соціального  
забезпечення протокол № 1 від 28.08.2020 р.*

*Упорядник: Журба І.О., к.е.н., завідувач кафедри соціального забезпечення  
ЧДТУ*

*Рецензент: Манн Р.В., д.е.н., професор, завідувач кафедри економіки та  
підприємництва ЧДТУ*

**М 54** Методичні рекомендації до практичних занять з дисципліни «Комунікативний менеджмент» для здобувачів освітнього ступеня бакалавр зі спеціальності 232 «Соціальне забезпечення» усіх форм навчання» [Електронний ресурс] / [Упоряд.: Журба І.О.] ; М-во освіти і науки України, Черкас. держ. технол. ун-т. – Черкаси : ЧДТУ, 2018. – 26 с. – Назва з титульного екрана.

Викладено навчальні (навчально-методичного характеру) матеріали, наведено завдання з дисципліни «Комунікативний менеджмент», подано вимоги щодо їх виконання, тематику наукових рефератів, доповідей та перелік рекомендованої літератури.

Для студентів спеціальності 232 «Соціальне забезпечення» усіх форм навчання.

**УДК 316.77(07)**

Навчальне електронне видання  
комбінованого використання

**МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ**  
до практичних занять з дисципліни «Комунікативний менеджмент» для  
здобувачів освітнього ступеня бакалавр зі спеціальності 232 «Соціальне  
забезпечення» усіх форм навчання

Упорядник: ***Журба Інна Олександрівна***

*В авторській редакції*

## ЗМІСТ

ПЕРЕДМОВА.....	4
1. ТЕМАТИЧНИЙ ЗМІСТ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ.....	5
2. ПЛАНИ ПРАКТИЧНИХ (СЕМІНАРСЬКИХ) ЗАНЯТЬ ТА МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ ДО ЇХ ПІДГОТОВКИ.....	6
3. МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ ДО НАПИСАННЯ НАУКОВИХ РЕФЕРАТІВ.....	11
4. МЕТОДИКИ АКТИВІЗАЦІЇ ПРОЦЕСУ НАВЧАННЯ.....	12
5. ЗАВДАННЯ ДО КОНТРОЛЬНОЇ РОБОТИ ДЛЯ СТУДЕНТІВ ЗАОЧНОЇ ФОРМИ НАВЧАННЯ.....	13
6. ОФОРМЛЕННЯ КОНТРОЛЬНОЇ РОБОТИ.....	14
7. ПОРЯДОК ЗАРАХУВАННЯ ТА ВАРІАНТИ КОНТРОЛЬНИХ РОБІТ.....	14
8. ОРІЄНТОВНИЙ ПЕРЕЛІК ПИТАНЬ ДЛЯ ПІДСУМКОВОГО КОНТРОЛЮ.....	16
9. РОЗПОДІЛ БАЛІВ, ЯКІ ОТРИМУЮТЬ СТУДЕНТИ. КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ НАВЧАЛЬНИХ ДОСЯГНЕНЬ СТУДЕНТІВ.....	17
СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ.....	20
ДОДАТОК А.....	26

## ПЕРЕДМОВА

Програма вивчення навчальної дисципліни «Комунікативний менеджмент» складена відповідно до освітньо-професійної програми підготовки бакалавра за напрямом 232 «Соціальне забезпечення».

*Метою* викладання дисципліни є формування у студентів цілісного уявлення щодо сутності комунікативного менеджменту як універсальної діяльності з вивчення, проектування, формування та розвитку комунікаційних систем (організації, проекту, бренда, особистості), концепції управління змінами за допомогою комунікаційних моделей, інструментів, технологій, методологій та методики проведення досліджень в сфері управління комунікаціями.

*Завданням* вивчення навчальної дисципліни є: оволодіння методами управління інформаційною взаємодією в різних сферах предметної діяльності; вивчення основних задач, функцій та методів комунікативного менеджменту; оволодіння методами організації проведення комунікаційних досліджень; дослідження механізмів реалізації комунікативної політики організації.

*У результаті* вивчення даної навчальної дисципліни студент повинен:

*Знати:* місце комунікацій в менеджменті, знати типи ділових стратегій та їх використання на підприємстві, в чому специфіка комунікативного менеджменту в сучасному інформаційному суспільстві; якими є механізми впливу таких комунікативних технологій як зв'язки з громадськістю (паблік рілейшнз); іміджмейкінг; менеджмент новин; реклама; пропаганда; риторика; особливості формування іміджу менеджера та корпорації (організації); перспективи комунікативного менеджменту в інформаційному суспільстві.

*Вміти:* приймати управлінські рішення з метою підвищення комунікаційної ефективності організації; орієнтуватися в теоретичних концепціях сучасного комунікативного менеджменту і вміти застосовувати їхні алгоритми в реальному управлінні; планувати роботу у сфері комунікативного менеджменту; розробляти рекомендації, які допоможуть вирішити складні задачі, що постають перед сучасними керівниками в різних сферах комунікаційної діяльності.

*Мати навички* з інтегрування теоретичних знань на практичний досвід.

## **1. ТЕМАТИЧНИЙ ЗМІСТ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

### **Тема 1. Комунікативний менеджмент: основні положення і базові характеристики**

1. Комунікативний менеджмент як теорія і практика управління соціальними комунікаціями організації.
2. Завдання комунікативного менеджменту.
3. Зміст і напрями комунікативного менеджменту.
4. Корпоративні комунікації як предмет комунікативного менеджменту.
5. Критерії вибору правильних комунікативних систем.
6. Об'єкти і суб'єкти комунікативного менеджменту.

### **Тема 2. Стратегія комунікативного менеджменту**

1. Стратегія комунікативного менеджменту: поняття, складові та цілі.
2. Дослідження мікро- і макросередовища організації. Цільова аудиторія: сутність поняття та типологія.
3. Внутрішні чинники вибору типу комунікаційної стратегії. Комунікативний аудит.
4. Напрями діяльності організації при визначенні стратегії комунікативного менеджменту.
5. Вибір моделі стратегії комунікативного менеджменту.
6. Моделі стратегії (матриця комунікативного менеджменту).

### **Тема 3. Технології і інструменти комунікативного менеджменту**

1. Зв'язки з громадськістю (public relations).
2. Зв'язки з акціонерами, інвесторами і партнерами (investor relations).
3. Зв'язки із засобами масової інформації (media relations).

### **Тема 4. Ділова комунікація як значущий засіб забезпечення цілісності і функціонування організації**

1. Роль комунікації в управлінні організацією. Комунікація і інформація.
2. Ділова комунікація: сутність і зміст.
3. Підходи до розуміння сутності ділової комунікації.
4. Цілі і функції комунікації в організації.
5. Комунікаційна функція керівника організації.

### **Тема 5. Форми ділової комунікації в комунікативному менеджменті**

1. Класифікація форм ділової комунікації: наради, офіційні і

протокольні заходи, зустрічі, прийоми, бесіди, виступи, письмові документи.

2. Діалог і дискусія як найбільш загальна форма ділових комунікацій. Різновиди діалогу.

3. Інші форми ділових комунікацій: прес-конференція, брифінг, презентація, прийом з особистих питань.

4. Форми взаємодії в діловому спілкуванні.

5. Ділові переговори як основна форма ділової комунікації.

### **Тема 6. Типологія ділових комунікацій**

1. Поняття організаційних комунікацій. Види комунікацій в організації.

2. Внутрішньоорганізаційні комунікації: зміст поняття, цілі і завдання.

3. Класифікація внутрішньоорганізаційних комунікацій: за характером; за формою спілкування; за ознакою етапу організаційного функціонування; за змістом; з точки зору просторового розташування каналів; за спрямованістю; за ознакою каналу спілкування; комунікації типу: «керівник – підлеглий», «керівник – керівник», «керівник - робоча група».

4. Зовнішньоорганізаційні комунікації: зміст поняття, цілі і завдання.

5. Суб'єкти і об'єкти зовнішньоорганізаційних комунікацій організації, їхня структура і особливості взаємодії.

### **Тема 7. Основні проблеми комунікацій в організації**

1. Міфи ділової комунікації.

2. Зміст бар'єрів ділової комунікації в організації.

3. Типологія бар'єрів ділової комунікації: мікробар'єри і макробар'єри.

4. Причини бар'єрів комунікації: чинники ініціатора комунікації і чинники одержувача інформації.

5. Способи вдосконалення комунікаційних процесів в організації.

### **Тема 8. Ефективні ділові комунікації**

1. Чинники формування ефективних ділових комунікацій.

2. Кризові комунікації в організації: цілі, причини, об'єкти, класифікації.

3. Комунікаційні стилі ефективного ділового спілкування.

## **2. ПЛАНИ ПРАКТИЧНИХ (СЕМІНАРСЬКИХ) ЗАНЯТЬ ТА МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ ДО ЇХ ПІДГОТОВКИ**

### **Практичне заняття № 1-3**

## Тема: Резюме: зміст, види, приклади

### План

1. Резюме: зміст, види, приклади.
2. Використання резюме у бізнес-комунікаціях.
3. Основні правила складання та види резюме: хронологічне, функціональне, резюме кобмінованого типу, міжнародне резюме CV.

### Скласти із дотриманням усіх вимог до написання:

- рекомендаційний лист (на себе);
- прес-реліз;
- резюме (власне).

Приклади написання цих документів наведені в додатках. Правила складання рекомендаційних листів наводяться в навчальному посібнику «Комунікації в менеджменті» та практикумі (автори – Осовська Г.В., Копитова І.В.).

### Основні принципи складання резюме

**Резюме** – це одно- або двосторонній виклад вашої «трудової біографії», відомостей про отриману освіту, а також про кваліфікацію та навички, що стосуються роботи, на яку Ви претендуєте.

**Головне призначення резюме** – надати потенційному роботодавцю зручний та ефективний спосіб швидко визначити, чи варто взагалі продовжувати з вами розмову щодо отримання роботи.

Зазвичай, при перегляді резюме поділяють на кілька **категорій**:

- кандидат вважається як такий «що цілком підходить», тобто той, кого безперечно необхідно запросити на співбесіду;
- «можливим кандидатом» – той, кого, можливо, варто запросити;
- «кандидат, який взагалі не підходить» – його кваліфікація, освіта та досвід ніяк не дозволяють розраховувати на отримання місця.

### Поширені помилки при складанні резюме:

**1. Непрофесіоналізм.** Окрім решти вимог, резюме повинно мати професійний вигляд.

- колір шрифту – чорний, паперу – білий формату А4 (210x297 мм.), підійде і папір кольору слонової кістки, світло-сірий, але ні в якому разі не блідо-рожевий або блакитний. По периметру мають залишатися поля не менше 25 мм;
- форму резюме варто брати найбільш поширену;
- шрифт має бути простим (без усяких завитків) та читабельним. Резюме не повинне нагадувати весільне запрошення. Кількість виділень жирним та підкреслюванням звести до мінімуму. Намагайтеся користуватися одним шрифтом одного розміру;
- інформацію надавати у вигляді коротеньких, зручних для читання абзаців. Добре виглядають у резюме марковані списки;
- в резюме не повинно бути поміток олівцем, ручкою та виправлень за допомогою коректора, не кажучи про жирні плями.

**2. Недбалість.** Те, що у вашому резюме зустрічаються помилки друку та граматичні, не обов'язково означає, що ви будете погано виконувати роботу, проте працедавці таких помилок, як правило, не вибачають.

**3. Зарозумілість та гумор.** Залишіть це для друзів та знайомих. Забудьте про каламбури, гостроти. Людям, які читають резюме не до жартів та розваг.

Те, що може здаватися цікавим іншим людям, за цих обставин буде недоречним.

**4. Пуста мова та балаканина.** Людей, які читають резюме, цікавить лише одне – чи придатні ви до виконання роботи, чи ні. З врахуванням цього будь-яка інформація, що не дає відповіді на це питання, є недоречною. Якщо ви випускник коледжу, то не варто згадувати, яку школу закінчили. Не варто занадто розписувати своє хоббі та захоплення.

**5. Неточність.** Означає використання назв місць роботи та посад або будь-яких аббревіатур, які нікому, окрім вас та тих, на кого ви працюєте, ні про що не говорять: зам. ВП, отд. РТП корпоративного перекодування документів ЕТУ.

Також, коли ви не можете (забули) чітко зазначити коло своїх обов'язків та функцій на останній роботі, кількість підлеглих, розмір бюджету, який ви контролювали тощо.

**6. Мали посади** одного з віце-президентів на своїй останній роботі, не нагороджуйте себе цією посадою, зважаючи лише на те, що компанія наказала довго жити. Якщо перевіряючи попереднє місце роботи це з'ясується, то ви втратите роботу.

**7. Перебір.** Надмірне використання ступенів – незалежно від того, кого вони стосуються. Не треба зменшувати свої досягнення, а називати їх правдиво, без перебільшення.

**8. Недомовки.** Варто не лише перерахувати, чим ви займалися, але й те, чого досягли.

**9. Велика мова.** Високий стиль не допоможе у викладенні повсякденної справи. Треба чітко, без перебільшення описувати факти.

**10. Надмірні подробиці особистого життя.**

Окрім самого необхідного – прізвища, адреси, номеру телефону – в резюме не варто включати ніякої іншої інформації про особисте життя. Про хобі зазначайте в тому випадку, якщо воно пов'язане із подальшою роботою.

### Види резюме

**Тип резюме** – це спосіб його організації, послідовність викладення інформації та розстановки акцентів у відомостях, що включаються у резюме.

Є 3 основних типи: хронологічне; функціональне; комбіноване.

#### Хронологічне резюме: про все по порядку.

Коли трудові досягнення та послужний список подаються в хронологічній послідовності (прямий чи зворотній). Сьогодні найпоширеніший тип резюме і самий звичний для потенційних роботодавців.

**Переваги:** Дає роботодавцю зручну для аналізу картину трудової біографії. В ньому чітко визначені критерії, за якими здійснюється відбір: чим займаєтесь в нинішній час, в протипаву тому, чим займались 10 років тому, коли були лише студентом ВНЗ.

**Недоліки:** В певних ситуаціях може представити вас у невідгідному світлі. Наприклад, певний аспект трудової біографії мав місце 5 років



тому, проте має відношення до бажаної роботи. А з того часу прийшлося змінити 2-3 місця роботи. В резюме хронологічного типу даний епізод опиниться не на початку, а в середині послужного списку.

### **Функціональне резюме.**

Представляє ваші професійні навички, досвід та досягнення, а не конкретний перелік посад, які ви обіймали. Де ви працювали і коли, в таких резюме або взагалі не зазначається, або описується в самих загальних рисах.

**Переваги:** Дозволяє виділити ті аспекти трудової біографії, які, як вам здається, становлять найбільший інтерес для потенційного роботодавця. Окрім цього відволікають увагу від тих аспектів (наприклад, тривалого безробіття), які можуть знизити шанси на успіх.

**Недоліки:** Багато працедавців відносяться до такого типу резюме з великим упередженням. Важливі не лише ваші досягнення, а й контекст робіт, як давно ви займалися цими роботами. Це дає побачити “процес в розвитку”.

### **Резюме комбінованого типу.**

Його ще називають функціонально-хронологічним. Має ознаки і першого, і другого. Воно не лише демонструє вашу кваліфікацію та досягнення, а й дозволяє отримати чіткіше уявлення про вашу трудову біографію.

**Переваги:** Дозволяє з самого початку звернути увагу на ваші професійні досягнення, розвіює підозри роботодавця, оскільки містить опис трудової біографії.

**Недоліки:** Прихильникам резюме хронологічного типу може видатися, що ви намагаєтеся щось приховати у минулому.

### **Структура резюме:**

1. *Анкетні відомості* (прізвище, ім'я, по-батькові, адреса, номер телефону і тощо).
2. *Мета* (не обов'язково). Речення, в якому стисло викладається, яка саме посада або робоче місце Вас цікавить.
3. *Кваліфікація* (не обов'язково). Два чи три речення, що роблять підсумок основним елементам вашої трудової біографії, кваліфікації або яких-небудь особливостей, на які б Ви хотіли звернути увагу.
4. *Досвід роботи* або професійна, або трудова біографія. Перелік видів діяльності, якими займалися, сфера відповідальності, а також загальні обов'язки, пов'язані з видами діяльності.
5. *Освіта*. Перелік навчальних закладів, які закінчили, спеціальність та кваліфікація, отримані по закінченні. Якщо ви закінчили навчальний заклад нещодавно, то з цієї причини не маєте достатнього досвіду, розділ "Освіта" варто помістити перед розділом "Досвід" ("Трудова біографія").
6. *Різне*. Можна зазначити про особливі професії, кваліфікації, членство в організаціях, знайомство з роботою на комп'ютері, знання іноземних мов, про все, що може підвищити Вашу цінність як спеціаліста в очах потенційного роботодавця.

**Обсяг – 73% керівників вважають оптимальним 1 стор.**

### **Практичне заняття № 4-6**

#### **Тема: Підготовка і проведення презентації.**

##### **План**

1. Поняття презентації. Чинники ефективної презентації.
2. Мета і структура презентації.
3. Алгоритм процесу підготовки презентації.
4. Місце проведення презентації. Специфіка візуального ряду презентації.

Презентація як різновид публічного мовлення. Класифікаційні ознаки та типи презентацій. Типи презентацій за об'єктом презентації. Мета та масштаби презентацій: брифінг; ексклюзив; конференція; шоу. Мовленнєві, стилістичні і комунікативні принципи презентації.

### **Практичне заняття № 7-9.**

#### **Тема: Комунікації із ЗМІ**

##### **План**

1. Формування медіа-зв'язків і правила взаємодії з журналістами. Заходи для преси.
2. Технології написання прес-релізу. Інші тексти для преси.
3. Особливості інтерв'ю різним ЗМІ.
4. Корпоративні ЗМІ.

#### **Основні правила написання прес-релізу**

**Прес-реліз** – один із найпростіших і найдешевших способів виходу на ЗМІ.

В ньому вміщується інформація, яку ЗМІ можуть використати повністю або частково у своїх публікаціях.

#### **Ознаки професійно написаного прес-релізу:**

- простота стилю викладення матеріалу;
- цікава тематика;
- акцентування уваги на актуальних новинах, результатах соціологічних досліджень, майбутніх подіях та цінній інформації для ЗМІ.

#### **Основні рекомендації щодо оформлення прес-релізів:**

- прес-реліз має бути друкованим, бажано на фірмовому папері. Використовуйте стандартний папір. Друкуйте текст через подвійний інтервал простим та чітким шрифтом (інтервали залишаються для внесення коректив редактора);
- аркуш з прес-релізом має виглядати охайно, не можна розсилати прес-релізи із виправленнями, викресленнями чи стертими словами;
- прес-реліз не повинний містити ніяких виправлень, навіть у заголовку, не варто писати заголовними літерами цілі слова;
- прес-релізи, що містять новини, повинні мати заголовок, проте він має бути не зарозумілим і привертати увагу редактора;
- у верхньому лівому розі на першій сторінці (якщо прес-реліз виконаний не на фірмовому бланку) зазначте назву організації, адресу, номер контактного телефону, прізвище особи, відповідальної за контакт, дату, коли матеріал може публікуватися. Варто також зазначити дату подання прес-релізу;
- найважливіші факти підсумовуються у першому абзаці тексту. Ключовий абзац має відповідати на питання Хто? Що? Коли? Де? і Чому?
- в кінці прес-релізу варто дати коротеньку інформацію про вашу організацію (історію створення, результати поточної діяльності тощо);
- найкращим є варіант, коли прес-реліз займає 1 сторінку. Якщо це не так, то на першій сторінці робиться знизу позначка «див. далі» і на наступній сторінці повторюється назва організації, а в лівому верхньому куті ставиться номер сторінки. В кінці прес-релізу посередині ставиться знак # # #, що вказує на завершення матеріалу.

### **Практичне заняття № 10-12.**

#### **Тема: Вербальні і невербальні засоби комунікації.**

##### **Дебати з опонентами**

##### **План**

1. Мова як основний засіб вербальної комунікації. Основні функції мови. Мовлення, мовленнєва діяльність. Види мовленнєвої діяльності.
2. Слухання в діловій комунікації. Види слухання. Бар'єри ефективного слухання.
3. Невербальні засоби комунікації. Типологія невербальних засобів комунікації.
4. Організація просторового середовища.

5. Особливості дебатів з опонентами як форми комунікації.
6. Учасники, ведучий, судді дебатів.
7. Тема дебатів. Підготовка і проведення дебатів. Правила участі в дебатах.
8. Критика в дебатах. Принципи конструктивної критики.

### **Практичне заняття № 13-16.**

#### **Тема: Інтернет як засіб бізнес-комунікацій.**

##### **План**

1. Організація корпоративних комунікацій у мережі Інтернет.
2. Корпоративний сайт: основні проблеми і правила створення: цілі і завдання сайту; цільова аудиторія; внутрішня структура; зміст сайту.
3. Новини на сайті, «ньюс-реліз».
4. Корпоративний блог і офіційний сайт.

### **3. МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ ДО НАПИСАННЯ НАУКОВИХ РЕФЕРАТІВ**

При написанні рефератів необхідно дотримуватися наступних вимог (Згідно ДСТУ 3008:2015):

1. В рефераті необхідно розкрити теоретичну сутність проблеми та проаналізувати наукові погляди вчених.
2. Обов'язкове посилання на авторів і джерела, з яких запозичені матеріали або окремі результати.
3. Реферат повинен містити аналіз законодавчо-нормативних документів України та міжнародно-правових актів щодо досліджуваної проблеми.
4. Необхідно розкривати зміст питань з урахуванням практичного досвіду митного регулювання в Україні, а також в зарубіжних країнах.
5. Обсяг реферату – не менше 20 сторінок.

Реферат має містити: титульний аркуш; зміст; перелік умовних позначень (при необхідності); вступ; основну частину; висновки; список використаних джерел; додатки (при необхідності).

Вступ має містити: актуальність теми реферату; ступінь дослідження проблеми; мета та завдання, які Ви поставили перед собою при виконанні реферату; структура реферату.

Зміст роботи повинен відповідати плану, який, у свою чергу, має відображати суть теми, що розглядається, її внутрішню структуру і логіку дослідження.

При написанні реферату необхідно вміти правильно будувати таблиці, графіки та діаграми, оскільки вони слугують наочності викладення матеріалу (Згідно ДСТУ 1.5:2015). Вони мають бути логічним продовженням викладених теоретичних положень і служити основою для відповідних висновків. Заголовки таблиць, схем, графіків і діаграм повинні відображати основний зміст ілюстрованого матеріалу. В таблицях повинні бути вказані

одиниці виміру, назва об'єкта і часовий простір дослідження, а в графіках та діаграмах - масштаб. Таблицям та іншим видам графічного матеріалу рекомендується давати окрему нумерацію.

#### **4. МЕТОДИКИ АКТИВІЗАЦІЇ ПРОЦЕСУ НАВЧАННЯ**

Для активізації навчального процесу при викладанні навчальної дисципліни передбачено застосування сучасних навчальних технологій, таких, як: проблемні лекції; робота в малих групах; семінари – дискусії (круглий стіл); мозкові атаки; кейс-метод; ділові та рольові ігри; презентації.

**Проблемні лекції** – спрямовані на розвиток логічного мислення студентів і характеризуються тим, що коло питань теми обмежується двома-трьома ключовими моментами, увага студентів концентрується на матеріалі, що не знайшов відображення в підручниках, використовується досвід закордонних навчальних закладів з роздаванням студентам під час лекції друкованого матеріалу та виділенням головних висновків з питань, що розглядаються. При читанні лекції студентам даються проблемні питання для самостійного розміркування, на які вони можуть відповісти в процесі лекції.

**Міні-лекції** – передбачають виклад навчального матеріалу за короткий проміжок часу й характеризуються значною ємністю, складністю логічних побудов, образів, доказів та узагальнень. Міні-лекції проводяться, як правило, як частина завдання-дослідження.

**Робота в малих групах** – використовуються з метою активації роботи студентів при проведенні семінарських і практичних занять. Це так звані групи психологічного комфорту, де кожен учасник відіграє особливу роль і певними своїми якостями доповнює інших.

**Семінари-дискусії (круглий стіл)** – передбачають обмін думками і поглядами учасників з приводу даної теми, а також розвивають мислення, допомагають формувати погляди і переконання, виробляють вміння формулювати думки й висловлювати їх, вчать оцінювати пропозиції інших людей, критично підходити до власних поглядів.

**"Мозкові атаки"** – це метод розв'язання невідкладних завдань за дуже обмежений час. Суть його полягає в тому, щоб висловити якнайбільшу кількість ідей за невеликий проміжок часу, обговорити і здійснити їх селекцію.

**Кейс-метод (метод аналізу конкретних ситуацій)** – дає змогу наблизити процес навчання до реальної практичної діяльності спеціалістів і передбачає розгляд виробничих, управлінських та інших ситуацій, складних конфліктних випадків, проблемних ситуацій, інцидентів у процесі вивчення навчального матеріалу.

**Презентації** – виступ перед аудиторією, використовується для представлення певних досягнень, результатів роботи групи, звіту про виконання індивідуальних завдань та інструктажу, демонстрації нових

товарів та послуг.

**Рольові та ділові ігри** – форма активізації студентів, за якої вони задіяні в процесі інсценізації певної виробничої ситуації у ролі безпосередніх учасників подій.

**Дидактичні ігри** – метод імітації (наслідування, відображення) прийняття управлінських рішень в різноманітних ситуаціях шляхом гри (програвання, розігрування) за правилами, що вже вироблені або виробляються самими учасниками, який реалізується через самостійне вирішення студентами поставленої проблеми за умови недостатності необхідних знань, коли він змушений самостійно опановувати новий зміст або шукати нові зв'язки в уже засвоєному матеріалі.

## 5. ЗАВДАННЯ ДО КОНТРОЛЬНОЇ РОБОТИ ДЛЯ СТУДЕНТІВ ЗАОЧНОЇ ФОРМИ НАВЧАННЯ

Виконання контрольної роботи передбачає письмове розв'язання завдань за відповідним варіантом. Кожен варіант включає 3 завдання з тематики, визначеної навчальною програмою з дисципліни, за якою пишеться контрольна робота.

Для студентів, які навчаються на заочному відділенні факультету гуманітарних технологій, спеціальність 232 «Соціальне забезпечення» передбачена методика розподілу варіантів контрольних робіт, в основу якої покладено останню цифру залікової книжки.

<i>Остання цифра залікової книжки</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	0
<i>Варіант №</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

Контрольна робота з дисципліни «Комунікативний менеджмент» складається з трьох теоретико-практичних питань, що потребують поглибленої відповіді та резюме.

Відповіді мають бути повними та обґрунтованими на всі теоретичні завдання, що передбачені конкретним варіантом контрольної роботи.

Висновки необхідно робити з посиланням на конкретне літературне чи наукове джерело.

Запис умови завдань, передбачених варіантом, є обов'язковим. Контрольна робота повинна мати самостійний характер. Недопустимо запозичення тексту, фактичних даних із літературних джерел без посилання на них. Тому контрольні роботи, написані без врахування цих вимог, викладачем перевірятися не будуть.

Студент може спиратися у своїй роботі на відповідну навчальну і монографічну літературу з даної проблеми. При цьому, якщо він наводить

цитату чи запозичує із літературного джерела якесь теоретичне положення (наприклад, визначення, висновки дослідження, думку автора літературного джерела з того чи іншого питання тощо), то обов'язково треба робити посилання на літературне джерело.

## 6. ОФОРМЛЕННЯ КОНТРОЛЬНОЇ РОБОТИ

Контрольна робота виконується державною (українською) мовою. Обсяг контрольної роботи *не повинен перевищувати 25 сторінок комп'ютерного тексту*. Контрольна робота має бути оформлена належним чином (див. Патика Н.І. Стандарти на оформлення магістерських, дипломних, бакалаврських, курсових, контрольних робіт та рефератів. – К.: ІПК ДСЗУ, 2014. – 26с.).

Контрольна робота має бути виконана і направлена для перевірки протягом міжсесійного періоду, тобто навчального року, протягом якого здійснюється робота студента над засвоєнням навчального матеріалу як самостійно, так і під керівництвом викладача, але *не пізніше як за 30 днів до початку сесії* для студентів заочної форми навчання, передбаченої навчальним планом.

## 7. ПОРЯДОК ЗАРАХУВАННЯ ТА ВАРІАНТИ КОНТРОЛЬНИХ РОБІТ

Контрольна робота оцінюється за національною шкалою та в балах за кредитно-трансфертною системою:

### Шкала оцінювання: національна та ECTS

90-100 балів – **відмінно** (A);

82-89 балів – **добре** (B);

75-81 балів – **добре** (C);

68-74 балів – **задовільно** (D);

60-67 балів – **задовільно** (E);

35-59 балів – **незадовільно** з можливістю повторного складання (FX);

1-34 балів – **незадовільно** з обов'язковим повторним курсом (F).

У разі отримання студентом незадовільної оцінки, останній повинен усунути виявлені недоліки і повторно захистити її в установлений викладачем строк.

Студент, який не виконав контрольної роботи або якщо його робота не зарахована за результатами її виконання, не допускається до семестрового контролю з дисципліни.

### Варіанти контрольної роботи:

#### Варіант №1.

1. Комунікація як соціокультурний процес взаємодії людей.
2. Основні характеристики ділової комунікацій у XXI столітті.
3. Структура ділової комунікації.

4. Скласти власне резюме.

#### **Варіант №2.**

1. Характеристика основних комунікаційних навичок у діловій комунікації.
2. Культура ділової комунікації.
3. Культура мовлення ділової людини.
4. Скласти власне резюме.

#### **Варіант №3.**

1. Вербальна і невербальна інформація в діловій комунікації.
2. Психологічні механізми дії на партнера в діловій комунікації.
3. Соціальний статус і ролевий розподіл позицій у діловій комунікації.
4. Скласти власне резюме.

#### **Варіант №4**

1. Евристичні методи рішення завдань у діловій комунікації.
2. Структура і функції конфліктів у діловій комунікації.
3. Типологія конфліктів.
4. Скласти власне резюме.

#### **Варіант №5**

1. Стили поведінки в конфліктних ситуаціях.
2. Стратегія і тактика конфліктів.
3. Урахування індивідуальних особливостей особи в діловій комунікації.
4. Скласти власне резюме.

#### **Варіант №6**

1. Основні стилі ділової комунікації.
2. Діловий етикет і його вплив на ділову комунікацію.
3. Психологічний клімат трудового колективу: його формування і вплив на ділові відносини.
4. Скласти власне резюме.

#### **Варіант №7**

1. Етика ділової комунікації.
2. Професійна комунікація і її складові.
3. Комунікативний портрет конкурентоздатного фахівця.
4. Скласти власне резюме.

#### **Варіант №8**

1. Бар'єри в комунікації і їх подолання.
2. Особливості ділової комунікації в різних країнах.
3. Просторова і психологічна дистанція між партнерами, необхідність організації простору в діловій комунікації.
4. Скласти власне резюме.

#### **Варіант №9**

1. Підготовка і проведення ділової бесіди.
2. Інтернет як інструмент ділової комунікації.
3. Ділова нарада: підготовка і проведення.
4. Скласти власне резюме.

#### **Варіант №10**



1. Підготовка і проведення ділових переговорів.
2. Документаційне забезпечення ділової комунікація.
3. Імідж ділової людини.
4. Скласти власне резюме.

## **8.ОРІЄНТОВНИЙ ПЕРЕЛІК ПИТАНЬ ДЛЯ ПІДСУМКОВОГО КОНТРОЛЮ**

1. Комунікативний менеджмент як теорія і практика управління соціальними комунікаціями організації.
2. Завдання комунікативного менеджменту.
3. Зміст і напрями комунікативного менеджменту.
4. Корпоративні комунікації як предмет комунікативного менеджменту
5. Критерії вибору правильних комунікативних систем
6. Об'єкти і суб'єкти комунікативного менеджменту.
7. Стратегія комунікативного менеджменту: поняття, складові та цілі
8. Дослідження мікро- і макросередовища організації. Цільова аудиторія: сутність поняття та типологія.
9. Внутрішні чинники вибору типу комунікаційної стратегії. Комунікативний аудит.
10. Напрями діяльності організації при визначенні стратегії комунікативного менеджменту.
11. Вибір моделі стратегії комунікативного менеджменту.
12. Моделі стратегії (матриця комунікативного менеджменту).
13. Технології і інструменти комунікативного менеджменту
14. Нове інтерактивне середовище. Нове поняття аудиторії.
15. Стільниковий і супутниковий зв'язок в забезпеченні ділової комунікації.
16. Інтернет у бізнесі. Основні напрями використання мережі Інтернет у бізнесі.
17. Електронні комунікації.
18. Аудіоконференція.
19. Відеоконференція: конфігурації побудови відеоконференцій.
20. Телеконференція і її основні типи (аудіо-, відео- і комп'ютерний).
21. Роль комунікації в управлінні організацією. Комунікація і інформація.
22. Ділова комунікація: сутність і зміст.
23. Цілі і функції комунікації в організації.
24. Класифікація форм ділової комунікації: наради, офіційні і протокольні заходи, зустрічі, прийоми, бесіди, виступи, письмові документи.
25. Діалог і дискусія як найбільш загальна форма ділових комунікацій. Різновиди діалогу.
26. Інші форми ділових комунікацій: прес-конференція, брифінг, презентація, прийом з особистих питань.
27. Форми взаємодії в діловому спілкуванні.

28. Ділові переговори як основна форма ділової комунікації.
29. Поняття організаційних комунікацій. Види комунікацій в організації.
30. Внутрішньоорганізаційні комунікації: зміст поняття, цілі, завдання, класифікація.
31. Зовнішньоорганізаційні комунікації: зміст поняття, цілі і завдання
32. Суб'єкти і об'єкти зовнішньоорганізаційних комунікацій організації, їхня структура і особливості взаємодії
33. Міфи ділової комунікації
34. Зміст і причини бар'єрів ділової комунікації в організації
35. Типологія бар'єрів ділової комунікації: мікробар'єри і макробар'єри
36. Чинники формування ефективних ділових комунікацій.
37. Кризові комунікації в організації: цілі, причини, об'єкти, класифікації.
38. Комунікаційні стилі ефективного ділового спілкування.

## **9. РОЗПОДІЛ БАЛІВ, ЯКІ ОТРИМУЮТЬ СТУДЕНТИ. КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ НАВЧАЛЬНИХ ДОСЯГНЕНЬ СТУДЕНТІВ**

Оцінювання здобутих знань і навичок студентів з дисципліни відповідно до навчальної програми здійснюється в три етапи:

1. *поточний контроль*: за результатами участі студентів у роботі на семінарських та практичних заняттях (вхідний контроль знань (усний), поточний контроль знань (усний/письмовий), доповіді з мультимедійними презентаціями, самооцінка студентом рівня знань);
2. *семестровий контроль*: письмове тестування;
3. *підсумковий контроль*: екзамен, курсова робота.

Загальна оцінка знань студентів з дисципліни пропорційно враховує результати поточного та підсумкового контролів і формується за сто бальною системою оцінювання та з використанням ECTS.

**"А" (90 – 100) ставиться у разі, якщо студент:**

- засвоїв теоретичний зміст дисципліни;
- систематично готувався до занять згідно з програмою та робочою програмою дисципліни, при цьому опрацював не тільки матеріали лекцій, але й джерела основної літератури і необхідні нормативні та інструктивні матеріали, окремі джерела додаткової літератури;
- брав активну участь у роботі на практичних та лекційних заняттях;
- оволодів відповідними практичними навичками та вміннями, набув здатність використовувати їх;
- аргументовано і логічно формулював висновки та робив узагальнення за питанням/темою, глибоко і всебічно розкривав зміст питань, які обговорювалися;
- вільно оперував термінами та поняттями, викладав матеріал літературною мовою;

- виявив творчі здібності та вміння виконувати індивідуальні та колективні завдання, самостійно здобувати знання, знаходити відповідні джерела інформації;

- своєчасно та якісно виконав усі, передбачені програмою дисципліни завдання, брав участь у наукових заходах (олімпіадах, студентських наукових конференціях, науково-дослідній роботі кафедри), має опубліковані тези/статті),

**але** допускав при усних або письмових відповідях, тестуванні окремі неточності.

**«В» (82-89) ставиться у разі, якщо студент:**

- засвоїв теоретичний зміст дисципліни в повному обсязі та оволодів практичними навичками та вміннями;

- систематично готувався до занять згідно з програмою та робочою програмою дисципліни, з використанням джерел основної літератури та нормативних та інструктивних матеріалів;

- творчо підходив до вирішення завдань, вільно розв'язував їх;
- доказово розкривав основні положення теми;
- повно, чітко та логічно відповідав на поставлені питання, показав розуміння сутності теорій, понять, предметів, явищ тощо;

- викладав матеріал літературною мовою, оперував термінами та поняттями;

- виявив здатність практично оцінювати окремі факти/явища/процеси;

- виконав усі передбачені програмою дисципліни завдання, у т.ч. модульного контролю та з самостійного опрацювання,

**але** недостатньо використовував додаткову літературу; при усних відповідях не досить повно й аргументовано викладав матеріал; виявив недостатню активність на практичних заняттях, під час письмового тестування допускав окремі помилки.

**«С» (75 – 81) ставиться у разі, якщо студент:**

- засвоїв теоретичний зміст дисципліни в повному обсязі;
- оволодів практичними навичками й вміннями;
- зіставляв, узагальнював, систематизував інформацію;
- давав повну, розгорнуту та аргументовану відповідь на поставлені питання;

- доказово розкривав основні положення теми та зміст питань, що обговорювались;

- формулював висновки з окремих питань;
- виконав завдання, передбачені програмою дисципліни, у т.ч. індивідуальне завдання, завдання модульного контролю та з самостійного опрацювання,

**але** допускав окремі помилки при тестуванні; виявив деякі недоліки при усних відповідях; не виявив належної активності при обговоренні питань, старанності при виконанні завдань для самостійної роботи;

недостатньо використовував додаткову літературу; виконав індивідуальне завдання, не дотримуючись вимог до оформлення, не виявив до нього творчий підхід.

**«Д» (69-74) ставиться у разі, якщо студент:**

- засвоїв значну частину теоретичного матеріалу;
- виявив знання і розуміння основних теоретичних положень дисципліни;

- аналізував певні процеси/явища/показники;
- відповідав на питання, які обговорювалися на занятті;
- формулював висновки з окремих питань;
- виконав завдання модульного контролю, індивідуальне завдання,

*але* допускав окремі помилки при усних відповідях, тестуванні; не виявив належної активності при обговоренні усних питань, старанності при виконанні завдань для самостійної роботи, недостатньо використовував додаткову літературу; виконав не всі завдання для самостійної роботи; виконав індивідуальне завдання, не дотримуючись вимог до оформлення.

**«Е» (60-68) ставиться у разі, якщо студент:**

- засвоїв основні теоретичні положення дисципліни;
- на значну частину матеріалу давав репродуктивні відповіді;
- виконав окремі завдання модульного контролю та індивідуальне завдання,

*але* допускав значну кількість суттєвих помилок при усних та письмових відповідях, тестуванні; не розумів сутності питань; не виявив належної активності на заняттях, старанності при виконанні завдань для самостійної роботи; недостатньо використовував основну та додаткову літературу; не брав участь у виконанні колективних завдань.

**«F» (35-59) ставиться у разі, якщо студент:**

- фрагментарно оволодів теоретичними питаннями, що становить незначну частину навчального матеріалу;
- поверхнево розкривав зміст питань, які розглядалися;
- не проявляв активності при їх обговоренні;
- допускав суттєві помилки при усних та письмових відповідях;
- поверхнево ознайомився з рекомендованою літературою;
- виконав індивідуальне завдання та завдання для самостійної роботи, не дотримуючись вимог до оформлення;
- не виконав завдання модульного контролю.

**«FX» (0-34) ставиться у разі, якщо студент:**

- оволодів матеріалом на рівні елементарного розпізнання та відтворення окремих фактів/предметів/явищ тощо;
- поверхнево розкривав зміст питань, які розглядалися, не виявив активності при їх обговоренні;
- допускав суттєві помилки при усних та письмових відповідях, тестуванні; поверхнево ознайомився з рекомендованою літературою;

- не виконав завдання для самостійної роботи та індивідуальне завдання;
- не брав участь у виконанні колективних завдань;
- не виконав завдання модульного контролю.

Усі виконані студентом протягом поточного і підсумкового контролів завдання оцінюються за спеціально розробленою шкалою у межах сто балової системи.

### Шкала оцінювання: національна та ЄКТС

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	задовільно	
64-73	D		
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

## РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

### Основна:

1. Почепцов Г. Теория коммуникации. М.: Рефл-Бук, К.: Ваклер, 2001.
2. Зверинцев А.Б. Коммуникационный менеджмент. Рабочая книга менеджера PR: электронная книга <http://www.doclist.ru/ebooks/reklama/1412.html>
3. Рева В.Е. Коммуникационный менеджмент. – Изд-во ПГУ, 2003. <http://bankknig.com/knigi/99180-kommunikacionnyj-menedzhment.html>
4. Федотова М.Г. Коммуникационный менеджмент: учебное пособие. – Омск: Изд-во ОмГТУ, 2006. <http://www.aup.ru/books/m865/>
5. Анопченко Т., Болошин Г. и др. Коммуникационный менеджмент. Этика и культура управления. – М.: Феникс, 2010 – 384 с.
6. Колесников А. Презентация как важнейший инструмент построения и развития партнерских сетей на рынке В-2-В // Реклама. Теория и практика. – 2007. – №3.
7. Орлов А.С. Введение в коммуникационный менеджмент: учебное пособие: [для студентов вузов] / А.С. Орлов. – Москва: Гардарики, 2005.
8. Соловьева Е. Применение методов интегрированных маркетинговых коммуникаций при разработке и проведении маркетинговых мероприятий // Маркетинг и маркетинговые исследования. 2006. № 6.

9. Ульяновский А.В. Маркетинговые коммуникации: 28 инструментов миллениума. – М.: Эксмо, 2008.
10. Шавкун І.Г. Етика організаційних комунікацій // Збірник наукових праць за матеріалами науково-практичної конференції «Наукові дослідження і їх практичне застосування. Сучасний стан і шляхи розвитку '2010». Том 17. Філософія і філологія. – Одеса, 2010. – С. 17–18.
11. Шавкун І.Г. Бізнес-комунікація як тип соціального зв'язку // Збірник матеріалів Всеукраїнської науково-практичної конференції «Проблеми управління економічним потенціалом регіонів». – Запоріжжя: ЗНУ, 2010. – С. 274–276.
12. Шавкун І.Г. Сутність та атрибути комунікації в умовах глобалізації // Гілея: науковий Вісник // Збірник наукових праць. – К.: ВІР УАН, 2010. – Вип. 35. – С. 260–268.
13. Шарков Ф.И. Коммуникология. Коммуникационный консалтинг. – М.: Дашков и Ко, 2010. – 508 с.

#### Допоміжна:

1. Гойхман О. Я. Речевая коммуникация: Издательство: Инфра-М, 2008. – 207 с.
2. Дик Улла. Эффективная коммуникация. Приемы и навыки: Издательство: Гуманитарный центр, 2007. – 188 с.
3. Ділові контакти з іноземними партнерами: навч.-практ. посібник для бізнесмена. – К.: Вид-во Європ. ун-ту, 2004. – 284 с.
4. Интернет для бизнеса. Бизнес-энциклопедия <http://www.handbooks.ru/handbook/10/demo>
5. Интернет-технологии в экономике знаний. Серия: учебники для программы МВА Издатель: Инфра-М, 2010. – 448 с. <http://st-books.ru/item/14291>
6. Каймакова М.В. Коммуникации в организации: текст лекций. – Ульяновск, УлГТУ, 2008. – 73с.
7. Лич Эдмунд. Культура и коммуникация. Логика взаимосвязи символов: Издательство: Восточная литература, 2001. – 144 с. <http://ebooks.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Manzhura/0000774.pdf>
8. Мёрдок-Стерн Серена. Общение на английском: телефон, факс, e-mail, деловая переписка: Издательство «Астрель», 2005. – 142 с. <http://ebooks.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Inshi7/0007748.pdf>
9. Мерманн Элизабет. Коммуникация и коммуникабельность: Харьков: Изд-во Гуманитарный Центр, 2007. – 296 с. <http://ebooks.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Shavkun/0008977.djvu>
10. Моисеева И.П. Коммуникационный менеджмент: учебное пособие. – Томск, Изд-во ТПУ, 2007. – 104.
11. Рева В Е. Деловое общение: Электронная версия.– Пенза: Изд. ПГУ, 2004. <http://ebooks.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Inshi/0003285.pdf>

12. Рева В.Е. Коммуникационный менеджмент: учебно-методическое пособие. Электронная версия, Пенза. Изд. ПГУ, 2003.  
<http://ebooks.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Inshi/0003286.pdf>
13. Современные коммуникационные технологии в организации  
[http://itsjournalist.ru/Articles/sovremennye\\_kommunikacionnye\\_tehnologii\\_v\\_organizacii.html](http://itsjournalist.ru/Articles/sovremennye_kommunikacionnye_tehnologii_v_organizacii.html)
14. Шавкун І. Г. Ділова комунікація: сутність та типологізація // Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії: Зб. наук. пр. – Вип. – 38 Запоріжжя: ЗДІА, 2009. – С. 67-75. <http://ebooks.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Shavkun/0009006.pdf>
15. Шавкун І.Г. Основи ділової комунікації: Практикум з навчального курсу «Основи ділової комунікації» для студентів напряму підготовки «Менеджмент», – Запоріжжя : ЗНУ, 2010. – 100 с.  
[http://ebooks.znu.edu.ua/files/metodychky/2010/10/osn\\_dil\\_kommun.pdf](http://ebooks.znu.edu.ua/files/metodychky/2010/10/osn_dil_kommun.pdf)

### **Спеціалізована:**

1. Адаир Д. Эффективная коммуникация. — М.: ЭКСМО, 2003. — 195 с.
2. Бебик В.М Інформаційно-комунікаційний менеджмент у глобальному суспільстві: психологія, технології, техніка паблік рилейшнз:моногр. — К.: МАУП, 2005. — 440 с. <http://studentbooks.com.ua/content/view/1035/42/1/0/>
3. Библик С.П. Ділові документи та правові папери: Листи, протоколи, заяви, договори угоди. -Х.: Фолио, 2005. -491 с.
4. Ботвина Н.В. Міжнародні культурні традиції: мова та етика ділової комунікації: навчальний посібник. — К., 2002.
5. Голубев Р. Н Информационно-коммуникационные технологии в контексте современного развития  
<http://www.jurnal.org/articles/2007/filos6.html>
6. Григорьева В.С., Кажанова З.Н., Ильина И.Е., Ершова Н.Б. Письменная деловая коммуникация в сфере экономического бизнеса: учебное пособие. — Тамбов: Издательство ТГТУ, 2005. — 128 с.
7. Давидовская М.И., Лапо А.И., Пупцев А.Е. Современные информационные технологии: учебное пособие для гуманитарных факультетов / М.И. Давидовская, А.И. Лапо, А.Е. Пупцев. — Вильнюс. ЕГУ, 2008. — 425 с.
8. Доронина М.С. Культура общения деловых партнеров. — Х.: ИД, 2003 — 192с.
9. Егоршин, А. П. Этика деловых отношений : допущено Министерством образования и науки Российской Федерации в качестве учебного пособия по специальностям «Управление персоналом» и «Менеджмент организации» / А. П. Егоршин, В. П. Распопов, Н. В. Шашкова. — Н. Новгород : НИМБ, 2005. — 408 с. — <http://ebooks.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Shavkun/0008451.mht>. — ISBN 5-901335-21-X.
10. Кириченко А.А, Максимова Т.Ю, Бовт В.В Интернет-технологии для

- бизнеса: Издательство: Московский международный институт эконометрики, информатики, финансов и прав, 2001  
<http://www.kodges.ru/48623-internet-technologii-dlya-biznesa.html>
11. Кирсанова М.В. и др. Деловая переписка: Издательство: Инфра-М, 2008. – 114 с. <http://ebooks.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Shavkun/0008986.pdf>
12. Коваль А.П. Ділове спілкування: навчальний посібник. – К., 1992.
13. Коробейникова Л.С., Купрюшина О.М. Деловое общение: учебное пособие для бакалавров. – Воронеж, Изд-во ВГУ, 2004. – 60 с. <http://ebooks.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Shavkun/0008987.pdf>
14. Коробкова, С. Н. Этика делового общения: текст лекций / С.Н. Коробкова. – СПб. : СПбГУАП, 2001. – 32 с. – <http://ebooks.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Shavkun/0008452.pdf>.  
<http://ebooks.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Shavkun/0008451.mht>. – ISBN 5-901335-21-X
15. Кошелева С.В. Основы делового общения : учебное пособие / С.В. Кошелева. – Орел : 2005. – 70 с. <http://ebooks.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Shavkun/0008978.pdf>
16. Кузин Ф. А. Культура делового общения: практическое пособие. — 6-е изд., перераб. И доп. — М.: Ось-89, 2002.— 320 с.:ил. <http://ebooks.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Inshi/0003297.pdf>
17. Лапина Т.А. Корпоративная культура: учебно-методическое пособие. — Омск, Изд-во ОмГУ, 2005. — 96 с. <http://ebooks.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Shavkun/0008988.pdf>
18. Литвинцева А.В. Новые информационно-коммуникационные технологии — формообразующий фактор культуры [http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc\\_Gum/Niz/2005\\_5/litvinceva.htm](http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Niz/2005_5/litvinceva.htm)
19. Морозов А.В. Деловая психология: Издательство «Союз», 2000. – 576 с. [http://ebooks.znu.edu.ua/files/2007/11/edu\\_29sept2006\\_691.rar](http://ebooks.znu.edu.ua/files/2007/11/edu_29sept2006_691.rar)
20. Осовська Г.В. Комунікації в менеджменті: курс лекцій [Текст]: навчальний посібник для студентів економічних спеціальностей вищих навчальних закладів / Г.В. Осовська. – К. : Кондор, 2003. – 218 с.
21. Сагач Г.М. Мистецтво ділової комунікації: [навч. посібник для студентів екон. спец.] / Київ. ін-т банкірів банку «Україна». — К.: [ПФ «Віста»], 1995. — 177 с.
22. Самойленко В.В. Роль інформаційних та комунікаційних технологій в маркетингових каналах [http://peredovik.org/rol\\_informatsiinyh\\_ta\\_komunikatsiinyh\\_tehnologiy\\_v\\_marketingovih\\_kanalakh.html](http://peredovik.org/rol_informatsiinyh_ta_komunikatsiinyh_tehnologiy_v_marketingovih_kanalakh.html)
23. Смирнов, Г.Н. Этика бизнеса, деловых и общественных отношений / Г.Н. Смирнов. – М.: Изд-во УРАО, 2001. – 136 с. – <http://ebooks.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Shavkun/0008453.pdf>. –ISBN 5-204-00278-2.
24. Хміль Ф.І. Ділове спілкування: навчальний посібник. – К., 2004.
25. Шавкун І.Г. Міжкультурна комунікація як складова сучасної



менеджмент-освіти // Культурологічний вісник: Науково-теоретичний щорічник Нижньої Наддніпряни. – Вип.23– Запоріжжя, «Прем'єр», 2009. С.115118.[http://ebooks.znu.edu.ua/files/Fakhovivydannya/Kultv/2009\\_23/shavkun.pdf](http://ebooks.znu.edu.ua/files/Fakhovivydannya/Kultv/2009_23/shavkun.pdf)

26. Шавкун І.Г. Сутність та атрибути комунікації в умовах глобалізації // Гілея: науковий вісник. Збірник наукових праць. – К.: ВІР УАН, 2010. – Вип. 35. – С. 260 – 268. <http://ebooks.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Shavkun/0009005.pdf>

27. Шавкун І.Г. Філософія менеджменту: монографія. – Запоріжжя: «ТандемАртСтудия», 2007. – 261 с.

28. Этика делового общения : учебное пособие / сост. М.С. Узерица. – Ульяновск : УлГТУ, 2004. – 72 с. – <http://ebooks.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Shavkun/0008454.pdf>. – ISBN 5-89146-647-3

### **Електронні ресурси**

#### **Корисні сайти з проблем комунікативного менеджменту**

<http://ethicscenter.ru/info/res.html>  
<http://studentam.net/content/category/1/106/116/>  
<http://soc.lib.ru/>  
<http://www.i-u.ru/biblio/default.aspx?group=0>  
<http://biz-katalog.info/content/view/219/88/>  
<http://www.bsconsulting.kiev.ua/library/default.htm>  
<http://subscribe.ru/catalog/job.careerist.binternet>  
[http://its-journalist.ru/Parts/novejshie\\_kommunikacionnye\\_tehnologii.html](http://its-journalist.ru/Parts/novejshie_kommunikacionnye_tehnologii.html)  
[www.proreklamu.com](http://www.proreklamu.com)  
<http://gtmarket.ru/>  
<http://www.pr-center.org.ua/links.php>  
<http://www.mami.org.ua>  
<http://www.praktyka.com.ua>  
<http://propr.com.ua/>  
[www.pr-service.com.ua](http://www.pr-service.com.ua)  
<http://reklamist.com.ua>

#### **Адреси в Інтернет (сайти організацій- дебатерів)**

<http://www.britishdebate.com>  
<http://www.csun.edu>  
<http://www.Debatabase.com>  
<http://www.debating.net>  
<http://www.experiment.lv>  
<http://www.idebate.org>

<http://www.mnenie.org>  
<http://www.rstlib.nsc.ru>  
<http://www.samal.kz>  
<http://www.Youdebate.com>

**Періодичні видання України з проблем бізнесу:**

[www.banker.com.ua](http://www.banker.com.ua) – Банківські новини [www.business.ua](http://www.business.ua) – журнал «Бизнес»  
[www.expert.ua](http://www.expert.ua) – журнал «Експерт–Україна» [www.dsnews.com.ua](http://www.dsnews.com.ua) – газета  
«Деловая Столица» [www.kommersant.ua](http://www.kommersant.ua) – газета «Коммерсант–Україна»  
[www.companion.ua](http://www.companion.ua) – журнал «Компаньон» [www.kontrakty.com.ua](http://www.kontrakty.com.ua) – газета  
«Контракты» [www.investgazeta.net](http://www.investgazeta.net) – «Украинская инвестиционная газета»  
[www.korrespondent.net](http://www.korrespondent.net) – Українська мережа новин Korrespondent.net  
Офіційний WWW-Регістр бізнес-сайтів України і зарубіжжя <http://www.biz-registr.com.ua/?ct=12>

Міністерство освіти і науки України  
Черкаський державний технологічний університет  
Факультет гуманітарних технологій  
Кафедра соціального забезпечення

**КОНТРОЛЬНА РОБОТА**  
**з дисципліни:**  
**«Комунікативний менеджмент»**

Виконав студент (ка)  
заочної форми навчання  
\_\_\_\_\_ курсу, групи \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
(прізвище, ім'я та ім'я по батькові)

№ залік. книжки \_\_\_\_\_  
Варіант № \_\_\_\_\_

Робота подана на кафедру \_\_\_\_\_  
Перевірив: \_\_\_\_\_

Відмітка про перевірку \_\_\_\_\_

Черкаси - 20\_\_ р.