

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**

**ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ІМЕНІ СЕМЕНА КУЗНЕЦЯ**

**УПРАВЛІННЯ КОМУНІКАЦІЙНИМИ  
ПРОЦЕСАМИ У БІЗНЕС-СЕРЕДОВИЩІ**

**Робоча програма  
для студентів спеціальності  
061 "Журналістика"  
спеціалізації "Медіа-комунікації"  
другого (магістерського) рівня**

**Харків  
ХНЕУ ім. С. Кузнеця  
2017**

УДК 005.57(07)

ББК 65.011р

У 67

Затверджено на засіданні кафедри управління соціальними комунікаціями.

Протокол № 3 від 18.10.2016 р.

*Самостійне електронне текстове мережеве видання*

**Укладач** О. Г. Зима

**У 67** **Управління** комунікаційними процесами у бізнес-середовищі : робоча програма для студентів спеціальності 061 "Журналістика" спеціалізації "Медіа-комунікації" другого (магістерського) рівня : [Електронне видання] / уклад. О. Г. Зима. – Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2017. – 43 с.

Подано тематичний план навчальної дисципліни та її зміст за модулями й темами. Вміщено плани лекцій, практичних, лабораторних та семінарських занять, матеріали для закріплення знань (завдання для самостійної роботи, контрольні запитання), критерії оцінювання знань студентів, професійні компетентності, якими повинен володіти студент після вивчення дисципліни.

Рекомендовано для студентів спеціальності 061 "Журналістика" спеціалізації "Медіа-комунікації" другого (магістерського) рівня.

**УДК 005.57(07)**

**ББК 65.011р**

© Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця, 2017

## Вступ

Управління комунікаціями в бізнесі необхідне для того, щоб сформувати й впорядкувати потоки інформації, які циркулюють в ньому. Величезну роль відіграє реалізація процесів управління комунікаціями під час формування стратегії підприємства (організації). Разом із цим спрямовані потоки інформації створюють психологічну атмосферу, трудовий настрій, допомагають уникнути конфліктів і нерозуміння на підприємстві (організації).

Під час комунікації відбувається не тільки трансфер інформації, але й вплив на думки, почуття та волю адресата. На відміну від звичайних умов спілкування процес медіа-комунікації коригувати може лише фахівець, який володіє всім інструментарієм комунікації та глибокими професійними знаннями.

Зовнішні комунікації допомагають компанії інформувати споживачів, торгову мережу і широку ділову громадськість про свої соціальні і маркетингові програми. Внутрішні комунікації допомагають поширити інформацію про стратегічні завдання, програми і проекти серед співробітників, від яких залежить втілення стратегії підприємства (організації).

Вивчення цих процесів обумовлюється ґрунтовною фаховою підготовкою майбутніх фахівців-економістів та керівників підприємства, яка враховує всі аспекти управління комунікаційними процесами на підприємстві (організації).

Навчальна дисципліна "Управління комунікаційними процесами у бізнес-середовищі" є базовою навчальною дисципліною та вивчається згідно з навчальним планом підготовки фахівців освітнього ступеня "магістр" для всіх форм навчання.

## 1. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Галузь знань, спеціальність, освітній ступінь	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	заочна форма навчання
Кількість кредитів – 5	Галузь знань 06 "Журналістика"	Базова	
Змістових модулів – 2	Спеціальність 061 "Журналістика"	Рік підготовки	
		1М	2М
	Спеціалізація "Медіа-комунікація"	Семестр	
		2-й	1-й
		Лекції	
		20 год	24 год
		Практичні, семінарські	
		10 год	24 год
		Лабораторні	
		10 год	–
Загальна кількість годин – 150	Освітній ступінь: магістр	Самостійна робота	
		110 год	102 год
		Вид контролю	
		екзамен	
		4 год	4 год
		Тижневих годин для денної форми навчання: аудиторних – 2; самостійної роботи студента – 4	
		Тижневих годин для денної форми навчання: аудиторних – 2; самостійної роботи студента – 4	

*Примітка.* Співвідношення кількості годин аудиторних занять до самостійної й індивідуальної роботи становить:

- для денної форми навчання – 40 %;
- для заочної форми навчання – 50,9 %.

## 2. Мета та завдання навчальної дисципліни

**Метою** викладання даної навчальної дисципліни є формування знань і навичок стосовно управління комунікаційними процесами в бізнес-середовищі для підвищення результативності роботи підприємств (організацій).

Для досягнення мети поставлені такі основні **завдання**:

засвоєння основних елементів комунікаційного процесу та вміння застосовувати інструменти й методи для управління комунікаційними процесами в бізнесі;

оволодіння навичками використання усних та письмових комунікацій для управління комунікаційними процесами в бізнесі.

"Управління комунікаційними процесами у бізнес-середовищі" – навчальна дисципліна, що вивчає інструментарій щодо управління процесами комунікацій у бізнес-середовищі.

**Об'єктом** навчальної дисципліни є процеси управління комунікаціями в бізнес-середовищі для прийняття господарських рішень.

**Предметом** навчальної дисципліни є комунікаційні процеси на підприємстві (в організації).

Вивчення даної навчальної дисципліни студент розпочинає після освоєння більшості навчальних дисциплін гуманітарного та професійного циклів. Теоретико-методологічною базою вивчення цієї дисципліни є такі навчальні дисципліни, як: "Макроекономіка", "Мікроекономіка", "Економіка підприємства", "Менеджмент", "Соціологія". У свою чергу, знання з даної дисципліни забезпечують успішне засвоєння таких навчальних дисциплін, як: "Економічне управління підприємством", "Управління стратегічними змінами", а також виконання тренінгів, міждисциплінарних комплексних курсових робіт, магістерських дипломних робіт.

У процесі навчання студенти отримують необхідні знання під час лекційних занять та виконання практичних завдань. Найбільш складні питання винесено на розгляд і обговорення під час семінарських занять. Також велике значення у процесі вивчення та закріплення знань має самостійна робота студентів.

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен:

**знати:**

понятійний та категорійний апарат щодо управління комунікаційних процесів у бізнес-середовищі;

економічну сутність та основні види комунікаційних процесів;

сутність управління комунікаційними процесами;

форми ділового спілкування;

метод переконання в комунікації;

сутність бар'єрів і шумів у комунікації;

форми бар'єрів за ступенем прозорості в комунікації;

специфічні види ділової комунікації;  
 сутність, цілі і види презентації товарів і послуг;  
 сутність і види переговорів;

**вміти:**

застосовувати комунікаційні канали та мережі;  
 встановлювати зворотний зв'язок у комунікаційному процесі;  
 використовувати маніпулювання у комунікації;  
 аналізувати способи подолання комунікативних бар'єрів під час реалізації комунікаційних процесів;  
 застосовувати використовувати усні та письмові комунікації в бізнесі;  
 підготовлювати презентації з використанням комунікативних прийомів і підходів;  
 здійснювати сторітелінг у сфері корпоративного управління;  
 використовувати тактичні прийоми ведення переговорів.

У процесі викладання навчальної дисципліни основна увага приділяється оволодінню студентами професійними **компетентностями**, що наведені в табл. 2.1.

Таблиця 2.1

**Професійні компетентності, які отримують студенти після вивчення навчальної дисципліни**

Код компетентності	Компетентність	Складові компетентності
1	2	3
УКПБС 1	Використовувати елементи комунікаційного процесу та застосовувати інструменти й методи для управління	Використовувати елементи комунікаційного процесу
		Аналізувати комунікаційні канали та мережі
		Установлювати зворотний зв'язок у процесі комунікацій
		Мати навички маніпулювання та переконання в комунікаційних процесах
		Вміти класифікувати форми бар'єрів за ступенем прозорості в комунікації
		Вміти використовувати способи подолання комунікативних бар'єрів

1	2	3
УКПБС 2	Вміти використовувати усні та письмові комунікації в бізнесі	Вміти складати проблемну ділову бесіду по необхідності вирішення конфліктної ситуації на підприємстві
		Здійснювати підготовку основних документів прес-конференції: сценарій та таймінг
		Писати сценарій і складати докладний план проведення презентації товару
		Придумувати корпоративні міфи (сторітелінг) і пропонувати способи його поширення (впровадження)
		Обґрунтувати вибір місця проведення переговорів, а також кількість осіб-учасників переговорного процесу
		Писати сценарій проведення переговорів

\* Управління комунікаційними процесами у бізнес-середовищі.

Структуру складових професійних компетентностей та їх формування відповідно до Національної рамки кваліфікацій України наведено в табл. А.1 додатка А.

### 3. Програма навчальної дисципліни

#### Змістовий модуль 1

##### Різновиди комунікацій та зміст комунікаційного процесу

##### Тема 1. Основні види й елементи комунікаційного процесу

1.1. Поняття і види комунікації. Ключові ознаки поняття "комунікації". Види комунікацій. Класифікація комунікацій за ознаками. Внутрішньофірмові комунікації. Система комунікацій в організації.

1.2. Елементи комунікаційного процесу. Джерело (відправник) повідомлення. Кодування, декодування. Зміст повідомлення. Канали в комунікації. Отримувач повідомлення. Зворотний зв'язок. Формула комунікації.

1.3. Комунікаційні канали та мережі. Централізовані інформаційні потоки. Всеканальна мережа. Ланцюжок. Графік спадання ефективності комунікацій. Комунікаційні канали: природні, штучні. Еволюція комунікаційних каналів.

## **Тема 2. Особливості управління комунікаційними процесами**

2.1. Сутність управління комунікаційними процесами. Сенс управління комунікаційними процесами. Напрями управління комунікаційними процесами. Складові виробництва інформації. Напрями і способи передачі інформації.

2.2. Встановлення зворотного зв'язку в комунікаційному процесі. Модель комунікації зі зворотним зв'язком. Ціль зворотного зв'язку. Помилки прийому інформації. Мистецтво управління зворотним зв'язком. Основні характеристики ефективного зворотного зв'язку. Характеристики зворотного зв'язку за умови ефективних і неефективних комунікацій.

2.3. Фахівці, що забезпечують комунікаційний процес. Роль фахівців в організації комунікаційного процесу. Рекламист. Прес-секретар. Спічрайтер. Спіндоктор. Іміджмейкер. Парламентер. Лобісти. Кризисник. Заходи боротьби з чутками.

## **Тема 3. Використання комунікацій в бізнесі**

3.1. Форми ділового спілкування. Ділова розмова. Дискусія. Ділові переговори. Телефонні розмови. Ділова нарада (збори). Інтерв'ю. Публічний виступ. Усні та письмові розпорядження. Виставка. Конференція.

3.2. Метод переконання в комунікації. Процес переконання. Основні засоби переконання. Види впливу під час переконання: інформування; роз'яснення; доведення; спростування.

3.3. Маніпулювання в комунікації. Найбільш поширені прийоми маніпулювання. Маніпулятори: активні, пасивні, маніпулятори, що змагаються, байдужі маніпулятори. Ролі маніпулятора. Етапи і схема захисту від маніпуляції. Сенс контрманіпуляції.

## **Тема 4. Бар'єри і шуми у комунікаційних процесах**

4.1. Сутність бар'єрів і шумів у комунікації. Джерело шумів. Види шумів: фізичний, семантичний, прагматичний, механічний, Бар'єри комунікацій та їх класифікацій. Типи бар'єрів. Процес комунікацій як система зі зворотним зв'язком і шумом.

4.2. Форми бар'єрів за ступенем прозорості в комунікації. Фактори, від яких залежать бар'єри: "авторитет", "уникнення". Основні прийоми, якими можна привернути увагу під час комунікації. Випадки виникнення ситуацій фонетичного бар'єру. Семантичний бар'єр нерозуміння. Стилстичний бар'єр нерозуміння. Правило рамки і правило ланцюга під час спілкування.



4.3. Способи подолання комунікативних бар'єрів. Пропозиції щодо подолання комунікативних бар'єрів: логічного; модальнісного; бар'єру некомпетентності; етичного; соціального; бар'єру негативних емоцій.

## **Змістовий модуль 2**

### **Використання усної та письмової комунікації в бізнесі**

#### **Тема 5. Специфічні види ділової комунікації.**

5.1. Діловий лист і звіт. Види ділових листів. Функції ділових листів. Структура ділового листа. Типові фрази, що використовуються під час складання ділового листа. Види звітів.

5.2. Ділова бесіда. Класифікація бесіди за характером обговорюваних питань. Відмінності ділової бесіди і переговорів. Етапи ділової бесіди. Фактори, що впливають на створення позитивної атмосфери ділової бесіди.

5.3. Нарада. Причини проведення нарад. Функції наради. Види нарад. Етапи конструктивної наради. Класифікація нарад на підставі розв'язуваних питань.

5.4. Прес-конференція. Структура прес-конференції. Обов'язки прес-секретаря на конференції.

5.5. Ведення телефонних розмов. Специфіка телефонного спілкування. Принципи ділового телефонного спілкування. Часовий стандарт телефонної розмови. Пропозиції щодо здійснення телефонного спілкування. Рекомендації щодо ведення телефонних розмов. Вирази, яких слід уникати під час телефонного спілкування.

#### **Тема 6. Презентація.**

6.1. Сутність і цілі презентації. Зміст та сутність презентації. Цілі презентації. Структура публічного виступу. П'ять "С"-презентації.

6.2. Підготовка презентації. Мова презентації. Принципи побудови презентації. Послідовність заходів під час побудови презентації.

6.3. Види презентацій товарів і послуг. Види презентації: комерційна, управлінська. Класифікація видів презентації. Інформаційна презентація. Презентація-ідея. Презентація-ревію.

6.4. Комунікативні прийоми і підходи. Різноманітність комунікативних прийомів підходу (звернення) до покупця. Прийоми використання презентації.

## **Тема 7. Чутки в комунікаційних мережах організації**

7.1. Характеристика чуток (поголюсків). Основні ознаки чуток. Типові теми чуток. Заходи проти розповсюдження чуток. Носії відповідних комунікаційних ролей.

7.2. Класифікація чуток. Ознаки класифікації чуток: за територією; за часом; за завданнями; за характером походження та розповсюдження. Спонтанні чутки. Особливості конструювання чуток.

7.3. Сторітелінг у сфері корпоративного управління. Основні ознаки сторітелінгу. Основні елементи, що впливають на результативність сторітелінгу. Базові сюжети сторітелінгу за Кристофером Буккером. Структура сюжету за Арістотелем. Персонажі історії сторітелінгу. Тема сторітелінгу. Принципи сторітелінгу. Чинники посилення впливу і характеристики, необхідні для сторітелінгу. Проблеми сторітелінгу.

## **Тема 8. Переговори**

8.1. Сутність і види переговорів. Мета переговорів. Характеристика видів переговорів. Класифікація переговорів. Принципи ведення переговорів.

8.2. Підготовка до переговорів. Вибір місця проведення переговорів. Особливості підбору осіб для ведення переговорів. Змістова частина підготовки до проведення переговорів.

8.3. Техніка ведення переговорів. Методи ведення переговорів: конфронтації або партнерства. Етапи переговорів: виявлення позицій сторін; торг; укладення угоди.

8.4. Тактичні прийоми ведення переговорів. Прийоми: залякування, відстрочки, блефу, створення незручності, загроза. Стилi ведення переговорів. Аналіз результатів переговорів.

## **4. Структура навчальної дисципліни**

Із самого початку вивчення навчальної дисципліни кожен студент має бути ознайомлений як із робочою програмою навчальної дисципліни і формами організації навчання, так і зі структурою, змістом та обсягом кожного з її навчальних модулів, а також з усіма видами контролю та методикою оцінювання сформованих професійних компетентностей.

Вивчення студентом навчальної дисципліни відбувається шляхом послідовного і ґрунтовного опрацювання навчальних модулів. Навчальний модуль – це окремий, відносно самостійний блок дисципліни, який логічно об'єднує кілька навчальних елементів дисципліни за змістом та взаємозв'язками. Тематичний план дисципліни складається з двох змістових модулів (табл. 4.1).

Таблиця 4.1

**Структура залікового кредиту навчальної дисципліни**

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин											
	денна форма						заочна форма					
	Усього	у тому числі					Усього	у тому числі				
		Лекційні	Практичні	Лабораторні	Проведення підсумкового контролю	Самостійна робота (підготовка до занять)		Лекційні	Практичні	Лабораторні	Проведення підсумкового контролю	Самостійна робота (підготовка до занять)
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
<b>Змістовий модуль 1</b> <b>Різновиди комунікацій та зміст комунікаційного процесу</b>												
<i>Тема 1. Основні види й елементи комунікаційного процесу</i>	8	2	2	–	–	4	18	3	3	–	–	12
<i>Тема 2. Особливості управління комунікаційними процесами</i>	16	2	2	–	–	12	19	3	3	–	–	13
<i>Тема 3. Використання комунікацій в бізнесі</i>	24	4	4	–	–	16	21	3	3	–	–	15
<i>Тема 4. Бар'єри і шуми у комунікаційних процесах</i>	12	2	2	–	–	8	16	3	3	–	–	10
<b>Разом за змістовим модулем 1</b>	<b>60</b>	<b>10</b>	<b>10</b>	<b>–</b>	<b>–</b>	<b>40</b>	<b>74</b>	<b>12</b>	<b>12</b>	<b>–</b>	<b>–</b>	<b>50</b>

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
<b>Змістовий модуль 2</b> <b>Використання усної та письмової комунікації в бізнесі</b>												
<i>Тема 5. Специфічні види ділової комунікації</i>	26	4	–	4	–	18	18	3	3	–	–	12
<i>Тема 6. Презентація</i>	17	2	–	2	–	13	18	3	3		–	12
<i>Тема 7. Чутки в комунікаційних мережах організації</i>	17	2	–	2	–	13	18	3	3	–	–	12
<i>Тема 8. Переговори</i>	17	2	–	2	–	13	18	3	3	–	–	12
<b>Разом за змістовим модулем 2</b>	<b>77</b>	<b>10</b>	<b>–</b>	<b>10</b>	<b>–</b>	<b>57</b>	<b>72</b>			<b>–</b>	<b>–</b>	
<i>Підготовка до екзамену</i>	<b>9</b>	–	–	–	–	9		–	–	–	–	–
<i>Передекзаменаційні консультації</i>		–	–	–	–	–		–	–	–		–
<i>Екзамен</i>	<b>4</b>	–	–	–	4	–	<b>4</b>	–	–	–		–
Усього годин за модулем	<b>150</b>	<b>20</b>	<b>10</b>	<b>10</b>	<b>4</b>	<b>106</b>	<b>150</b>	<b>24</b>	<b>24</b>	–	<b>4</b>	<b>98</b>

## 5. Теми та плани семінарських занять

**Семінарське заняття** – це форма навчального заняття, за якої викладач організовує дискусію навколо попередньо визначених тем, до яких студенти готують тези виступів. На кожному семінарському занятті викладач оцінює підготовлені студентами доповіді та презентації з окреслених питань (табл. 5.1), їх виступи, активність у дискусії, вміння формулювати і відстоювати свою позицію тощо. Підсумкові бали за кожне семінарське заняття виставляються у відповідний журнал. Отримані студентом бали за окремі семінарські заняття враховуються в процесі накопичення підсумкових балів із даної навчальної дисципліни.

## Плани семінарських занять

Назва теми	Програмні питання	Кількість годин	Література
<b>Змістовий модуль 1</b> <b>Різновиди комунікацій та зміст комунікаційного процесу</b>			
Тема 3. Використання комунікацій в бізнесі	<p style="text-align: center;"><i>Тема семінарського заняття</i> <i>"Особливості використання методу переконання в комунікації":</i></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Основні складові методу переконання в комунікації.</li> <li>2. Основні відмінності переконання й роз'яснення.</li> <li>3. Особливості прийомів доказу та спростування.</li> <li>4. Маніпуляційні прийоми. Маніпулятори.</li> <li>5. Особливості захисту від маніпуляцій</li> </ol>	2	<p>Основна: [1, с. 367–387; 2; 3, с. 58–64; 5, с. 158–170; 6, с. 68–75].</p> <p>Інформаційні ресурси: [12]</p>
Усього годин		2	

## 6. Теми практичних занять

**Практичне заняття** – форма навчального заняття, за якої викладач організовує детальний розгляд окремих теоретичних положень навчальної дисципліни і формує вміння та навички їх практичного застосування шляхом індивідуального виконання студентом сформульованих завдань. Проведення таких занять ґрунтується на попередньо підготовленому методичному матеріалі – тестах для виявлення ступеня оволодіння необхідними теоретичними положеннями, наборі завдань різного рівня складності для розв'язування їх на занятті. Воно включає проведення попереднього контролю знань, умінь і навичок студентів, постановку загальної проблеми викладачем та її обговорення за участю студентів, розв'язування завдань із їх обговоренням, розв'язування контрольних завдань, їх перевірку, оцінювання (табл. 6.1).

## Перелік тем практичних занять

Назва змістового модуля	Теми практичних занять (за модулями)	Кількість годин	Література
<b>Змістовий модуль 1</b> Різновиди комунікацій та зміст комунікаційного процесу	<i>Завдання 1.</i> Написати есе на тему "Для чого потрібен зворотний зв'язок в комунікаційному процесі?"	2	Основна: [2; 3, с. 27–33; 7, с. 75–77]. Додаткова: [8, с. 309–322; 9; 10, с. 6–7, 18–19]. Інформаційні ресурси: [12]
	<i>Завдання 2.</i> Зробити презентацію на тему: "Ефективний прес-секретар: функції, обов'язки, вимоги, відповідальність"	2	Основна: [1, с. 504–506; 2]. Додаткова: [9; 10, с. 19–25]
	<i>Завдання 3.</i> Написати сценарій маніпулювання в комунікаційному процесі, використовуючи горизонтальні внутрішньофірмові комунікації	2	Основна: [1, с. 367–387; 2; 3, с. 58–64; 5, с. 158–170; 6, с. 68–75]. Інформаційні ресурси: [12]
	<i>Завдання 4.</i> Презентувати сценарій подолання бар'єру "уникнення" шляхом управління увагою аудиторії	2	Основна: [1, с. 150–160; 2; 5, с. 34–38; 7, с. 94–96]. Інформаційні ресурси: [12]
<b>Разом годин за змістовими модулями</b>		8	

## 6.1. Приклади типових практичних завдань за темами

До теми 3 "Використання комунікацій в бізнесі".

Комунікаційний процес покликаний вирішувати одну або кілька з трьох соціально-політичних завдань:

примусити людей і змусити їх діяти так, як цього хотіли владні або управлінські структури;

переконати людей у важливості й корисності інформації, що передається, змусити їх повірити в неї;

маніпулювати суспільною свідомістю. "Маніпулювання, – йдеться в "Словнику бізнесмена", – породжується за допомогою реклами поширення інформації, чуток для впливу на покупців, споживачів з метою створити бажану ситуацію на ринку, спрямовану на підвищення попиту.

У більш широкому сенсі маніпулювання – це нав'язування бажаного образу поведінки"

Яке завдання з трьох наведених є найважчим для застосування: примушувати, переконувати чи маніпулювати? Обґрунтуйте свою відповідь, наведіть приклади.

## 7. Теми лабораторних занять

**Лабораторне заняття** – це форма навчального заняття, за якої студент під керівництвом викладача особисто проводить імітаційні експерименти чи досліді з метою практичного підтвердження окремих теоретичних положень навчальної дисципліни. У ході лабораторних робіт студент набуває професійних компетенцій та практичних навичок роботи з комп'ютерним обладнанням відповідними програмними продуктами. За результатами виконання завдання на лабораторному занятті студенти оформляють індивідуальні звіти про його виконання та захищають ці звіти перед викладачем (табл. 7.1).

Таблиця 7.1

### Перелік тем лабораторних занять

Назва теми	Програмні питання	Кількість годин	Література
1	2	3	4
Змістовий модуль 2 Використання усної та письмової комунікації в бізнесі			
Тема 5. Специфічні види ділової комунікації	Лабораторна робота 1. Використовуючи "правила переконання" і види аргументів скласти проблемну ділову бесіду по необхідності вирішення конфліктної ситуації на підприємстві	2	Основна: [2; 3, с. 79–88; 4, с. 92-96; 5, с. 44–52; 6, с. 57–63]. Додаткова: [8, с. 377–386; 10, с. 41–42]; Інформаційні ресурси: [12]
	Лабораторна робота 2. Підготувати основні документи прес-конференції: сценарій (де будуть прописані основні ідеї); таймінг (у ньому відображено приблизний час кожного пункту сценарію)	2	Основна: [3, с. 94–99; 4, с. 105–106]. Додаткова: [10, с. 43]; Інформаційні ресурси: [12]

1	2	3	4
Тема 6. Презентація	<i>Лабораторна робота 3.</i> Написати сценарій і скласти докладний план проведення презентації товару (на вибір студента)	2	Основна: [4, с. 111–116; 5, с. 185–206]. Додаткова: [10, с. 48–52]; Інформаційні ресурси: [12]
Тема 7. Чутки в комунікацій- них мережах організації	<i>Лабораторна робота 4.</i> Створити корпоративний міф (сторітелінг) і запропонувати спосіб його (її) поширення (впровадження)	2	Основна: [1, с. 499–510; 2] Додаткова: [11, с. 270–280]
Тема 8. Переговори	<i>Лабораторна робота 5.</i> Написати сценарій проведення переговорів, згідно існуючих етапів: обґрунтування вибору місця проведення переговорів, а також кількість осіб–учасників переговорного процесу	2	Основна: [3, с. 89–93; 4, с. 96–103; 5, с. 113–142; 6, с. 79–95]. Додаткова: [8, с. 387–391]; Інформаційні ресурси: [12]
<b>Усього годин</b>		10	

## 8. Самостійна робота

**Самостійна робота студента (СРС)** – це форма організації навчального процесу, за якої заплановані завдання виконуються студентом самостійно під методичним керівництвом викладача.

**Мета СРС** – засвоєння в повному обсязі навчальної програми та формування у студентів загальних і професійних компетентностей, які відіграють суттєву роль у становленні майбутнього фахівця вищого рівня кваліфікації.

Навчальний час, відведений для самостійної роботи студентів денної форми навчання, визначається навчальним планом і становить 70,7 % (106 годин) від загального обсягу навчального часу на вивчення дисципліни (150 годин). У ході самостійної роботи студент має перетворитися на активного учасника навчального процесу, навчитися свідомо ставитися до оволодіння теоретичними і практичними знаннями,



вільно орієнтуватися в інформаційному просторі, нести індивідуальну відповідальність за якість власної професійної підготовки. СРС містить: опрацювання лекційного матеріалу; опрацювання та вивчення рекомендованої літератури, основних термінів та понять за темами дисципліни; підготовку до практичних, семінарських, лабораторних занять; підготовку до виступу на семінарських заняттях; поглиблене опрацювання окремих лекційних тем або питань; виконання індивідуальних завдань (вирішення розрахункових індивідуальних та комплексних завдань) за вивченою темою; написання есе за заданою проблематикою; пошук (підбір) та огляд літературних джерел за заданою проблематикою дисципліни; аналітичний розгляд наукової публікації; контрольну перевірку студентами особистих знань за запитаннями для самодіагностики; підготовку до контрольних робіт та інших форм поточного контролю; підготовку до модульного контролю (колоквіуму); систематизацію вивченого матеріалу з метою підготовки до семестрового екзамену.

Необхідним елементом успішного засвоєння матеріалу навчальної дисципліни є самостійна робота студентів з вітчизняною та закордонною спеціальною економічною літературою, нормативними актами з питань державного регулювання економіки, статистичними матеріалами. Основні види самостійної роботи, які запропоновані студентам для засвоєння теоретичних знань з навчальної дисципліни, наведені в табл. 8.1.

Таблиця 8.1

### Завдання для самостійної роботи студентів та форми її контролю

Назва теми	Зміст самостійної роботи студентів	Кількість годин	Форми контролю СРС	Література
1	2	3	4	5
<b>Змістовий модуль 1</b>				
<b>Різновиди комунікацій та зміст комунікаційного процесу</b>				
<i>Тема 1. Основні види й елементи комунікаційного процесу</i>	Пошук, підбір та огляд літературних джерел за заданою темою. Підготовка до написання есе на тему "Для чого потрібен зворотний зв'язок у комунікаційному процесі"	4	Написання есе на тему "Для чого потрібен зворотний зв'язок у комунікаційному процесі"	Основна: [2; 3, с. 27–33; 7, с. 75–77]. Додаткова: [8, с. 309–322; 9; 10, с. 6–7, с. 18–19]; Інформаційні ресурси: [12]

## Продовження табл. 8.1

1	2	3	4	5
<i>Тема 2. Особливості управління комунікаційними процесами</i>	Вивчення матеріалу лекції. Пошук, підбір та огляд літературних джерел за заданою темою; підготовка презентації на тему: "Ефективний прес-секретар: функції, зобов'язання, вимоги, відповідальність"	12	Подання презентації щодо ефективного прес-секретаря	Основна: [1, с. 504–506; 2]. Додаткова: [9; 10, с. 19–25]
<i>Тема 3. Використання комунікацій в бізнесі</i>	Вивчення матеріалу лекції. Пошук, підбір та огляд літературних джерел за заданою темою; підготовка до написання сценарію з маніпулювання в комунікаційному процесі	16	Подання сценарію щодо маніпулювання в комунікаційному процесі	Основна: [1, с. 367–387; 2; 3, с. 58–64; 5, с. 158–170; 6, с. 68–75]. Інформаційні ресурси: [12]
<i>Тема 4. Бар'єри і шуми у комунікаційних процесах</i>	Пошук, підбір та огляд літературних джерел за заданою темою; підготовка до написання сценарію щодо подолання бар'єру "уникнення" шляхом управління увагою аудиторії	8	Захист сценарію щодо подолання бар'єру "уникнення" шляхом управління увагою аудиторії	Основна: [1, с. 150–160; 2; 5, с. 34–38; 7, с. 94–96]. Інформаційні ресурси: [12]
<b>Усього за змістовим модулем 1</b>		<b>40</b>		
<b>Змістовий модуль 2</b> <b>Використання усної та письмової комунікації в бізнесі</b>				
<i>Тема 5. Специфічні види ділової комунікації</i>	Пошук, підбір та огляд літературних джерел за темою; підготовка творчого завдання щодо складання проблемної ділової бесіди по необхідності вирішення конфліктної ситуації на підприємстві	13	Захист творчого завдання	Основна: [2; 3, с. 79–88; 4, с. 92–96; 5, с. 44–52; 6, с. 57–63]. Додаткова: [8, с. 377–386; 10, с. 41–42]; Інформаційні ресурси: [12]
	Підготовка основних документів прес-конференції: сценарій (де будуть прописані основні ідеї); таймінг (у ньому відображено приблизний час кожного пункту сценарію)	5	Захист творчого завдання	Основна: [3, с. 94–99; 4, с. 105–106]. Додаткова: [10, с. 43]

1	2	3	4	5
Тема 6. Презентація	Вивчення матеріалу лекції, підготовка до написання сценарію і складання докладного плану проведення презентації товару (на вибір студента)	13	Захист творчого завдання	Основна: [4, с. 111–116; 5, с. 185–206]. Додаткова: [10, с. 48–52]; Інформаційні ресурси: [12]
Тема 7. Чутки в комунікаційних мережах організації	Пошук, підбір та огляд літературних джерел за темою лекції; створення корпоративного міфу або сторітелінгу і запропонування способу його поширення (впровадження)	13	Захист творчого завдання	Основна: [1, с. 499–510]. Додаткова: [11, с. 270–280]
Тема 8. Переговори	Пошук, підбір та огляд літературних джерел за темою лекції. Підготовка до написання сценарію проведення презентації	13	Захист творчого проекту	Основна: [3, с. 89–93; 4, с. 96–103; 5, с. 113–142; 6, с. 79–95]. Додаткова: [8, с. 387–391]; Інформаційні ресурси: [12]
<b>Усього за змістовим модулем 2</b>		<b>57</b>		
<i>Підготовка до екзамену</i>		<b>9</b>		
<i>Екзамен</i>		<b>4</b>		
<b>Усього за модулем</b>		<b>110</b>		

## 8.1. Контрольні запитання для самодіагностики

### Тема 1. Основні види й елементи комунікаційного процесу

1. Які існують види комунікацій?
2. Дайте характеристику комунікаціям за класифікаційними ознаками.
3. Поясніть, як працюють внутрішньофірмові вертикальні комунікації.
4. Дайте характеристику основним елементів комунікаційного процесу.

5. Які існують комунікаційні мережі?
6. Поясніть, як працюють комунікаційні канали.

## **Тема 2. Особливості управління комунікаційними процесами**

1. У чому полягає сенс управління комунікаційними процесами?
2. Обґрунтуйте напрями, за якими управління комунікаційними процесами пов'язано з діяльністю виробника (власника)?
3. Як відбувається передача інформації в комунікаційному процесі?
4. Що таке зворотний зв'язок і як він впливає на результат комунікаційного процесу?
5. Проаналізуйте основні характеристики ефективного зворотного зв'язку.
6. Які існують фахівці, що забезпечують комунікаційний процес?
7. У чому відмінність функцій спічрайтера і спіндоктора?
8. Чим відрізняється дії кризисників від роботи фахівця з чуток?

## **Тема 3. Використання комунікацій в бізнесі**

1. Назвіть форми ділового спілкування.
2. Чим відрізняється ділова розмова від дискусії?
3. Чи пов'язані між собою громадські заходи та інтерв'ю?
4. Що може бути результатом публічного виступу?
5. У чому проявляється метод переконання в комунікаційному процесі?
6. Дайте характеристику видам впливу в процедурі переконання.
7. Що таке маніпуляція і чим вона відрізняється від переконання?
8. Які існують найбільш поширені прийоми маніпулювання?
9. Дайте характеристику маніпуляторам.
10. Чи існує захист від маніпуляції?

## **Тема 4. Бар'єри і шуми у комунікаційних процесах**

1. Охарактеризуйте відмінність шумів від бар'єрів?
2. Які існують види шумів?
3. Як класифікуються бар'єри за характером діючих перешкод?
4. Які групи комунікативних бар'єрів пропонує виокремлювати Б. Поршнєв?
5. Охарактеризуйте існуючі правила структурування інформації в спілкуванні.

6. Наведіть приклади подолання комунікативних модальних бар'єрів.

7. Наведіть приклади подолання комунікативних соціальних бар'єрів.

8. Наведіть приклади подолання комунікативних етичних бар'єрів і бар'єрів негативних емоцій.

### **Тема 5. Специфічні види ділової комунікації**

1. Які існують види ділових листів?

2. Які види бесіди можна класифікувати за характером обговорюваних питань?

3. У чому відмінність ділової бесіди від переговорів?

4. Які чинники впливають на створення позитивної атмосфери ділової бесіди?

5. Охарактеризуйте види нарад.

6. Поясніть структуру прес-конференції.

7. Які існують особливості щодо ведення телефонних розмов?

8. Дайте пояснення принципам ведення телефонних розмов.

9. Які потрібно знати рекомендації із ведення телефонних розмов?

### **Тема 6. Презентація**

1. Які цілі презентації?

2. Що треба враховувати під час підготовки презентації?

3. Які вимоги висувають до ведучого на презентації?

4. Як зробити презентацію непересічною подією?

5. Які особливості презентації товару під час продажу?

6. Які бувають види презентацій?

7. Що таке презентація із задоволенням потреб?

8. Що таке презентація з вирішенням проблеми?

9. Які комунікативні прийоми підходу до покупця доцільно використовувати на презентаціях?

### **Тема 7. Чутки в комунікаційних мережах організації**

1. У чому полягає сутність чуток (поголосків) на підприємстві?

2. Які основні характеристики чуток?

3. Які існують носії відповідних комунікаційних ролей з розповсюдження чуток?

4. Як можна класифікувати чутки?
5. Поясніть метод конструювання чуток.
6. Поясніть метод поширення чуток.
7. Що таке сторітелінг?
8. Які фактори слід віднести до проблем сторітелінгу?

### **Тема 8. Переговори**

1. Поясніть сутність переговорів.
2. Які існують цілі переговорів?
3. Як підготуватися до переговорів?
4. Якими критеріями визначається ефективність ведення переговорів?
5. Які стилі ведення переговорів ви знаєте?
6. Які принципи ведення переговорів ви знаєте?

## **9. Індивідуально-консультативна робота**

Індивідуально-консультативна робота здійснюється за графіком індивідуально-консультативної роботи у формі індивідуальних занять, консультацій, перевірки виконання індивідуальних завдань, перевірки та захисту завдань, що винесені на поточний контроль, тощо.

Формами організації індивідуально-консультативної роботи є:

- а) за засвоєнням теоретичного матеріалу:  
консультації: індивідуальні (запитання – відповідь), групові (розгляд типових прикладів – ситуацій);
- б) за засвоєнням практичного матеріалу:  
консультації індивідуальні та групові;
- в) для комплексного оцінювання засвоєння програмного матеріалу:  
індивідуальне здавання виконаних робіт.

## **10. Методи навчання**

У процесі викладання навчальної дисципліни для активізації навчально-пізнавальної діяльності студентів передбачене застосування як активних, так і інтерактивних навчальних технологій, серед яких:

лекції проблемного характеру, міні-лекції, робота в малих групах, семінари-дискусії, мозкові атаки, кейс-метод, презентації, ознайомлювальні (початкові) ігри, метод проектної роботи, комп'ютерні симуляції, метод Дельфі, метод сценаріїв, банки візуального супроводу (табл. 10.1 і 10.2).

Таблиця 10.1

**Розподіл форм та методів активізації процесу навчання  
за темами навчальної дисципліни**

Тема	Практичне застосування навчальних технологій
<i>Тема 1.</i> Основні види й елементи комунікаційного процесу	Лекція проблемного характеру з питання виділення видів та застосування елементного складу комунікаційного процесу, банки візуального супроводу
<i>Тема 2.</i> Особливості управління комунікаційними процесами	Лекція проблемного характеру з питання застосування управлінських інструментів у комунікаційному процесі, банки візуального супроводу
<i>Тема 3.</i> Використання комунікацій в бізнесі	Лекція проблемного характеру з питання особливостей використання різних видів комунікацій в бізнесі, банки візуального супроводу
<i>Тема 4.</i> Бар'єри і шуми у комунікаційних процесах	Лекція проблемного характеру з питання усунення бар'єрів і шуму в комунікаційних процесах, банки візуального супроводу
<i>Тема 5.</i> Специфічні види ділової комунікації	Лекція проблемного характеру з питання застосування специфічних видів ділової комунікації, банки візуального супроводу
<i>Тема 6.</i> Презентація	Лекція проблемного характеру з питання виділення особливостей застосування презентацій для комунікацій в бізнесі, банки візуального супроводу
<i>Тема 7.</i> Чутки в комунікаційних мережах організації	Лекція проблемного характеру з питання застосування чуток у бізнесових комунікаціях, банки візуального супроводу
<i>Тема 8.</i> Переговори	Лекція проблемного характеру з питання виділення основних складових підготовки і проведення ділових переговорів, банки візуального супроводу

Основні відмінності активних та інтерактивних методів навчання від традиційних визначаються не тільки методикою і технікою викладання, але й високою ефективністю навчального процесу, який виявляється у:

високій мотивації студентів; закріпленні теоретичних знань на практиці; підвищенні самосвідомості студентів; формуванні здатності приймати самостійні рішення; формуванні здатності до ухвалення колективних рішень; формуванні здатності до соціальної інтеграції; набуття навичок вирішення конфліктів; розвитку здатності до знаходження компромісів.

Таблиця 10.2

### Використання методик активізації процесу навчання

Тема навчальної дисципліни	Практичне застосування методик	Методики активізації процесу навчання
Тема 2. Особливості управління комунікаційними процесами	<i>Завдання 2.</i> Зробити презентацію на тему: "Ефективний прес-секретар: функції, обов'язки, вимоги, відповідальність"	Семинар-дискусія, презентація
Тема 3. Використання комунікацій в бізнесі	<i>Завдання 3.</i> Написати сценарій маніпулювання в комунікаційному процесі, використовуючи горизонтальні внутрішньофірмові комунікації	Робота в малих групах, метод сценаріїв
Тема 4. Бар'єри і шуми у комунікаційному процесі	<i>Завдання 4.</i> Презентувати сценарій подолання бар'єру "унікнення" шляхом управління увагою аудиторії	Робота в малих групах, презентації, метод сценаріїв
Тема 5. Специфічні види ділової комунікації	<i>Завдання 5.</i> Використовуючи "правила переконання" і види аргументів, скласти проблемну ділову бесіду з необхідності вирішення конфліктної ситуації на підприємстві	Робота в малих групах, метод сценаріїв

**Лекції проблемного характеру** – один із найважливіших елементів проблемного навчання студентів. Вони передбачають поряд із розглядом основного лекційного матеріалу встановлення та розгляд кола проблемних питань дискусійного характеру, які недостатньо розроблені в науці й мають актуальне значення для теорії та практики. Лекції проблемного характеру відрізняються поглибленою аргументацією матеріалу, що викладається. Вони сприяють формуванню у студентів



самостійного творчого мислення, прищеплюють їм пізнавальні навички. Студенти стають учасниками наукового пошуку та вирішення проблемних ситуацій.

**Міні-лекції** передбачають викладення навчального матеріалу за короткий проміжок часу й характеризуються значною ємністю, складністю логічних побудов, образів, доказів та узагальнень. Вони проводяться, як правило, як частина заняття-дослідження. Міні-лекції відрізняються від повноформатних лекцій значно меншою тривалістю. Зазвичай міні-лекції тривають не більше 10 – 15 хвилин і використовуються для того, щоб стисло донести нову інформацію до всіх студентів. Міні-лекції часто застосовуються як частини цілісної теми, яку бажано викладати повноформатною лекцією, щоб не втомлювати аудиторію. Тоді інформація надається по черзі кількома окремими сегментами, між якими застосовуються інші форми й методи навчання.

**Семінари-дискусії** передбачають обмін думками і поглядами учасників з приводу даної теми, а також розвивають мислення, допомагають формувати погляди та переконання, виробляють вміння формулювати думки й висловлювати їх.

**Робота в малих групах** дає змогу структурувати практично-семінарські заняття за формою і змістом, створює можливості для участі кожного студента в роботі за темою заняття, забезпечує формування особистісних якостей та досвіду соціального спілкування.

**Мозкові атаки** – метод розв'язання невідкладних завдань, сутність якого полягає в тому, щоб висловити якомога більшу кількість ідей за дуже обмежений проміжок часу, обговорити і здійснити їх селекцію.

**Презентації** – виступи перед аудиторією, що використовуються для представлення певних досягнень, результатів роботи групи звіту про виконання індивідуальних завдань, проектних робіт. Презентації можуть бути як індивідуальними, наприклад виступ одного студента, так і колективними, тобто виступи двох та більше студентів.

**Метод Дельфі** використовується з метою досягнення консенсусу в експертних оцінках і передбачає надання можливості висловити свої думки групі експертів, що працюють індивідуально в різних місцях. При виборі управлінського рішення за цим методом академічну групу розділяють, наприклад, на п'ять малих груп. Чотири групи є робочими, вони розробляють і приймають управлінське рішення, а п'ята група є експертною. Аналіз та варіанти управлінських рішень робочих груп

усереднюються цією групою. Експертна група може бути поділена за спеціалізаціями.

**Комп'ютерна симуляція (гра)** – це метод навчання, що спирається на використання спеціальних комп'ютерних програм, за допомогою яких можливе віртуальне моделювання бізнес-процесу. Студенти можуть змінювати параметри й дані, приймати рішення та аналізувати наслідки таких рішень. Метою використання даного методу є розвиток системного мислення студентів, їх здібностей до планування, формування вмінь розпізнавати й аналізувати проблеми, порівнювати й оцінювати альтернативи, приймати оптимальні рішення й діяти в умовах обмеженого часу.

**Метод сценаріїв** полягає в розробленні ймовірних моделей поведінки та розвитку конкретних явищ у перспективі.

**Банки візуального супроводу** сприяють активізації процесу навчання за темами навчальної дисципліни за допомогою наочності.

## 11. Методи контролю

Система оцінювання сформованих компетентностей (див. табл. 2.1) у студентів враховує види занять, які згідно з програмою навчальної дисципліни передбачають лекційні, семінарські, практичні заняття, а також виконання самостійної роботи. Оцінювання сформованих компетентностей у студентів здійснюється за накопичувальною 100-бальною системою. Відповідно до Тимчасового положення "Про порядок оцінювання результатів навчання студентів за накопичувальною бально-рейтинговою системою" ХНЕУ ім. С. Кузнеця, контрольні заходи містять:

**поточний контроль**, що здійснюється протягом семестру під час проведення лекційних, практичних, семінарських занять і оцінюється сумою набраних балів (максимальна сума – 60 балів; мінімальна сума, що дозволяє студенту складати іспит, – 35 балів);

**модульний контроль**, що проводиться з урахуванням поточного контролю за відповідний змістовий модуль і має на меті *інтегровану* оцінку результатів навчання студента після вивчення матеріалу з логічно завершеної частини дисципліни – змістового модуля;

**підсумковий/семестровий контроль**, що проводиться у формі семестрового екзамену, відповідно до графіка навчального процесу.

*Поточний контроль* з даної навчальної дисципліни проводиться в таких формах:

активна робота на лекційних заняттях;

активна участь у виконанні практичних завдань;

активна участь у дискусії та презентації матеріалу на семінарських заняттях;

перевірка есе за заданою тематикою;

захист презентації;

презентація сценарію;

творче завдання;

творчий проект.

Підсумковий/семестровий контроль проводиться у формі семестрового екзамену. **Семестрові екзамени** – форма оцінювання підсумкового засвоєння студентами теоретичного та практичного матеріалу з окремої навчальної дисципліни, що проводиться як контрольний захід.

### **Порядок проведення поточного оцінювання знань студентів.**

Оцінювання знань студента під час семінарських і практичних занять проводиться за такими критеріями:

розуміння, ступінь засвоєння теорії та методології проблем, що розглядаються;

ступінь засвоєння фактичного матеріалу навчальної дисципліни;

ознайомлення з рекомендованою літературою, а також із сучасною літературою з питань, що розглядаються;

вміння поєднувати теорію з практикою при розгляді комунікаційних процесів та інших завдань, винесених на розгляд в аудиторії;

логіка, структура, стиль викладу матеріалу в письмових роботах і під час виступів в аудиторії, вміння обґрунтовувати свою позицію, здійснювати узагальнення інформації та робити висновки.

Максимально можливий бал за конкретним завданням ставиться за умови відповідності індивідуального завдання студента або його усної відповіді всім зазначеним критеріям. Відсутність тієї або іншої складової знижує кількість балів. У процесі оцінювання творчих завдань увага також приділяється якості, самостійності та своєчасності здачі виконаних завдань викладачу, згідно з графіком навчального процесу. Якщо якась із вимог не буде виконана, то бали будуть знижені.

**Критерії оцінювання позааудиторної самостійної роботи студентів.** Загальними критеріями, за якими здійснюється оцінювання позааудиторної самостійної роботи студентів, є: глибина і міцність знань, рівень мислення, вміння систематизувати знання за окремими темами, вміння робити обґрунтовані висновки, володіння категорійним апаратом, навички і прийоми виконання практичних завдань, вміння знаходити необхідну інформацію, здійснювати її систематизацію та оброблення, самореалізація на практичних, семінарських та лабораторних заняттях.

Критеріями оцінювання есе є:

здатність проводити критичне та незалежне оцінювання певних проблемних питань;

вміння пояснювати альтернативні погляди та наявність власної точки зору, позиції на певне проблемне питання;

застосування аналітичних підходів;

якість і чіткість викладення міркувань;

логіка, структуризація та обґрунтованість висновків щодо конкретної проблеми;

самостійність виконання роботи;

грамотність подачі матеріалу;

використання методів порівняння, узагальнення понять та явищ;

оформлення роботи.

### **Порядок підсумкового контролю з навчальної дисципліни.**

Підсумковий контроль знань та компетентностей студентів з навчальної дисципліни здійснюється на підставі проведення семестрового екзамену. Екзаменаційний білет охоплює програму дисципліни і передбачає визначення рівня знань та ступеня опанування студентами компетентностей (див. табл. 2.1).

Завданням екзамену є перевірка розуміння студентом програмного матеріалу в цілому, логіки та взаємозв'язків між окремими розділами, здатності творчого використання накопичених знань, вміння формулювати своє ставлення до певної проблеми навчальної дисципліни тощо. В умовах реалізації компетентнісного підходу екзамен оцінює рівень засвоєння студентом компетентностей, що передбачені кваліфікаційними вимогами. Кожен екзаменаційний білет складається із п'яти завдань, які передбачають можливості застосування особливостей комунікаційних

процесів на робочому місці та дозволяють діагностувати рівень теоретичної підготовки студента і рівень його компетентності з навчальної дисципліни.

Екзаменаційний білет містить завдання, які оцінюються відповідно до Тимчасового положення "Про порядок оцінювання результатів навчання студентів за накопичувальною бально-рейтинговою системою" ХНЕУ ім. С. Кузнеця.

Студент, який із поважних причин, підтверджених документально, не мав можливості брати участь у формах поточного контролю, тобто не склав змістовий модуль, має право на його відпрацювання у двотижневий термін після повернення до навчання за розпорядженням декана факультету відповідно до встановленого терміну.

Студент **не може бути допущений** до складання екзамену, якщо кількість балів, одержаних за результатами перевірки успішності під час поточного контролю відповідно до змістового модуля впродовж семестру, в сумі, що не досягла 35 балів. Після екзаменаційної сесії декан факультету видає розпорядження про ліквідацію академічної заборгованості. У встановлений термін студент добирає залікові бали.

Студента слід **вважати атестованим**, якщо сума балів, одержаних за результатами підсумкової/семестрової перевірки успішності, дорівнює або перевищує 60. Мінімально можлива кількість балів за поточний і модульний контроль упродовж семестру – 35 та мінімально можлива кількість балів, набраних на екзамені, – 25.

Результат семестрового екзамену оцінюється в балах (максимальна кількість – 40 балів, мінімальна кількість, що зараховується, – 25 балів) і виставляється у відповідній графі екзаменаційної "Відомості обліку успішності".

Підсумкова оцінка з навчальної дисципліни розраховується з урахуванням балів, отриманих під час екзамену, та балів, отриманих під час поточного контролю за накопичувальною системою. Сумарний результат у балах за семестр складає: "60 і більше балів – зараховано", "59 і менше балів – не зараховано" та заноситься у залікову "Відомість обліку успішності" навчальної дисципліни. У випадку отримання менше 60 балів студент обов'язково здає залік після закінчення екзаменаційної сесії у встановлений деканом факультету термін, але не пізніше двох тижнів

після початку семестру. У випадку повторного отримання менше 60 балів декан факультету призначає комісію у складі трьох викладачів на чолі із завідувачем кафедри та визначає термін перескладання заліку, після чого приймається рішення відповідно до чинного законодавства: "зараховано" – студент продовжує навчання за графіком навчального процесу, а якщо "не зараховано", тоді декан факультету пропонує студенту повторне вивчення навчальної дисципліни протягом наступного навчального періоду самостійно.

### **Зразок екзаменаційного білета**

Харківський національний економічний університет

імені Семена Кузнеця

спеціальність 061 "Журналістика" спеціалізація "Медіа-комунікації" 2-го

магістерського рівня

Семестр 2

Навчальна дисципліна "Управління комунікаційними процесами у бізнес-середовищі"

### **Екзаменаційний білет**

**Завдання 1.** Чим відрізняється робота прес-секретаря від роботи спіندоктора під час управління комунікацією?

**Завдання 2.** Що таке маніпуляція і чим вона відрізняється від переконання під час здійснення комунікації? (навести приклади)

**Завдання 3.** Обґрунтуйте застосування різних видів аргументів під час управління комунікаційним процесом.

**Завдання 4.** Які фактори посилення впливу на слухача є необхідними для сторітелера (оповідача) під час управління комунікаціями? (навести приклади)

**Завдання 5.** Обґрунтуйте відмінності переговорного процесу відповідно до місця їх проведення.

Затверджено на засіданні кафедри

Протокол № 11 від 26 квітня 2016 року

Зав. кафедри

підпис

П. І. Б.

Екзаменатор

підпис

П. І. Б.

## Критерії оцінювання

Екзаменаційний білет містить п'ять завдань, кожне з яких потребує знання теоретичного матеріалу, а також творчого (практичного) підходу до його розв'язання.

Максимальна загальна кількість балів, що необхідно набрати студенту під час написання екзамену, складає **40 балів**.

Максимальна кількість балів, що необхідно набрати студенту під час відповіді на завдання, складає **8 балів**, що містить такі критерії:

розкриття завдання (повна відповідь на питання) – від 0,5 до 2 балів;

аргументованість відповіді – від 0,2 до 1 бала;

логічність розкриття завдання – від 0,2 до 1 бала;

креативність ідеї – від 0,5 до 1 бала;

різноманітність запропонованих заходів (приклади) – від 0,5 до 1 бала;

знання та використання спеціальної термінології – від 0,5 до 1 бала;

грамотність та стилістика мови – від 0,5 до 1 бала.

**Підсумкові бали за екзамен** складаються із суми балів за виконання всіх завдань, що округлені до цілого числа за правилами математики.

Якщо студент не зміг розв'язати хоча б одне завдання, не подав своїх коментарів та висновків до їх виконання, то йому буде необхідно складати іспит повторно.

У разі отримання студентом оцінки менше ніж **25 балів**, він повинен пройти повторне вивчення даної дисципліни.

## 12. Розподіл балів, які отримують студенти

Система оцінювання рівня сформованості професійних компетентностей студентів денної форми навчання наведена в табл. 12.1.

Таблиця 12.1

## Система оцінювання рівня сформованості професійних компетентностей

Професійні компетентності	Навчальний тиждень	Години	Форми навчання		Оцінка рівня сформованості компетентностей		
					Форми контролю	МАХ бал	
1	2	3	4		5	6	
<b>Змістовий модуль 1. Різновиди комунікацій та зміст комунікаційного процесу</b>						30	
Знати елементи комунікаційного процесу та вміти застосовувати інструменти й методи для управління комунікаційними процесами в бізнесі	1	Ауд.	2	Лекція	<b>Тема 1.</b> Основні види й елементи комунікаційного процесу	Аудиторна групова робота	1
			2	Практичне заняття	Знати основні поняття й види комунікації; охарактеризувати елементи комунікаційного процесу; аналізувати комунікаційні канали та мережі	Активна робота на парі Написання есе на тему "Для чого потрібен зворотний зв'язок в комунікаційному процесі"	1 5
		СРС	4	Підготовка до занять	Пошук, підбір та огляд літературних джерел за заданою темою. Підготовка до написання есе на тему "Для чого потрібен зворотний зв'язок у комунікаційному процесі"		
	2,3	Ауд.	2	Лекція	<b>Тема 2.</b> Особливості управління комунікаційними процесами	Аудиторна групова робота	1
			2	Практичне заняття	Знати сутність управління комунікаційними процесами; вміти встановлювати зворотний зв'язок у комунікаційному процесі; знати як працюють фахівці, що забезпечують комунікаційний процес	Активна робота на парі	1
					Підготувати презентацію на тему: "Ефективний прес-секретар: функції, зобов'язання, вимоги, відповідальність"	Захист презентації	5



1	2	3		4		5	6
Знати елементи комунікаційного процесу та вміти застосовувати інструменти й методи для управління комунікаційними процесами в бізнесі		СРС	12	Підготовка до занять	Пошук, підбір та огляд літературних джерел за заданою темою; підготовка презентації		
	4	Ауд.	2	Лекція	<b>Тема 3.</b> Використання комунікацій в бізнесі	Аудиторна групова робота	1
			2	Практичне заняття	Вміти використовувати форми ділового спілкування; знати метод переконання в комунікації	Активна робота на парі	1
		2	Написати сценарій з маніпулювання в комунікаційному процесі, використовуючи горизонтальні внутрішньофірмові комунікації		Подання сценарію	5	
		СРС	8	Підготовка до занять	Пошук, підбір та огляд літературних джерел за заданою темою; підготовка до написання сценарію з маніпулювання в комунікаційному процесі		
	6	Ауд.	2	Лекція	<b>Тема 3.</b> Використання комунікацій в бізнесі	Аудиторна групова робота	1
			2	Практичне заняття	Знати метод переконання в комунікації та відмінності маніпулювання й переконання; мати навички маніпулювання в комунікації	Активна робота на парі	1
		СРС	8	Підготовка до занять	Пошук, підбір та огляд літературних джерел за заданою темою		
	8	Ауд.	2	Лекція	<b>Тема 4.</b> Бар'єри і шуми у комунікаційних процесах	Аудиторна групова робота	1
			2	Практичне заняття	Знати сутність бар'єрів і шумів у комунікації; вміти класифікувати форми бар'єрів за ступенем прозорості в комунікації; вміти використовувати способи подолання комунікативних бар'єрів	Активна робота на парі	1

1	2	3	4	5	6	7	8
					Написати та презентувати сценарій подолання бар'єру "уникнення" шляхом управління увагою аудиторії	Презентація сценарію	5
		СРС	8	Підготовка до занять	Пошук, підбір та огляд літературних джерел за заданою темою; підготовка до написання сценарію з подолання бар'єру "уникнення" шляхом управління увагою аудиторії		
<b>Змістовий модуль 2. Використання усної та письмової комунікації в бізнесі</b>							30
Вміти використовувати усні та письмові комунікації в бізнесі	9,10	Ауд.	2	Лекція	<b>Тема 5.</b> Специфічні види ділової комунікації	Аудиторна групова робота	1
			2	Лабораторне заняття	Використовуючи "правила переконання" і види аргументів, скласти проблемну ділову бесіду з необхідності вирішення конфліктної ситуації на підприємстві	Активна робота на парі Творче завдання	1 4
		СРС	13	Підготовка до занять	Пошук, підбір та огляд літературних джерел за заданою темою		
	11	Ауд.	2	Лекція	<b>Тема 5.</b> Специфічні види ділової комунікації	Аудиторна групова робота	1
			2	Лабораторне заняття	Підготувати основні документи прес-конференції: сценарій (де будуть прописані основні ідеї); таймінг (у ньому відображено приблизний час кожного пункту сценарію)	Активна робота на парі Творче завдання	1 4
		СРС	5	Підготовка до занять	Пошук, підбір та огляд літературних джерел за заданою темою		
	12,13	Ауд.	2	Лекція	<b>Тема 6.</b> Презентація	Аудиторна групова робота	1
			2	Лабораторне заняття	Написати сценарій і скласти докладний план проведення презентації товару (на вибір студента)	Активна робота на парі Творче завдання	1 4
		СРС	13	Підготовка до занять	Пошук, підбір та огляд літературних джерел за заданою темою		

Закінчення табл. 12.1

1	2	3	4	5	6	7	8
35 Вміти використовувати усні та письмові комунікації в бізнесі	14,15	Ауд.	2	Лекція	<b>Тема 7.</b> Чутки в комунікаційних мережах організації	Аудиторна групова робота	1
			2	Лабораторне заняття	Створити корпоративний міф (сторітелінг) і запропонувати спосіб його розпускання (впровадження)	Активна робота на парі Творче завдання	1 4
		СРС	13	Підготовка до занять	Пошук, підбір та огляд літературних джерел за заданою темою		
	16,17	Ауд.	2	Лекція	<b>Тема 8.</b> Переговори	Аудиторна групова робота	1
			2	Лабораторне заняття	Обґрунтувавши вибір місця проведення переговорів, а також кількість осіб-учасників переговорного процесу, згідно з існуючими етапами, написати сценарій проведення переговорів	Активна робота на парі Творчий проект	1 4
		СРС	13	Підготовка до занять	Пошук, підбір та огляд літературних джерел за заданою темою		
	Сесія	Ауд		Консультація перед екзаменом		<b>Підсумковий контроль</b>	40
			4	Екзамен	Виконання завдань екзаменаційного білета		
		СРС	9	Підготовка до екзамену	Повторення матеріалів за темами		
<b>Усього годин</b>		<b>150</b>	<b>Загальна максимальна кількість балів із дисципліни</b>				<b>100</b>
з них							
аудиторні		44	29,3	поточний контроль			60
самостійна робота		106	70,7	підсумковий контроль			40

Розподіл балів у межах тем змістових модулів наведено в табл. 12.2.

Таблиця 12.2

### Розподіл балів за темами

Поточне тестування та самостійна робота										Підсумковий тест (екзамен)	Сума
Змістовий модуль 1					Змістовий модуль 2						
T1	T2	T3	T3	T4	T5	T5	T6	T7	T8	40	100
7	7	7	2	7	6	6	6	6	6		

Примітка. T1, T2 ... T12 – теми змістових модулів.

Максимальну кількість балів, яку може накопичити студент протягом тижня за формами та методами навчання, наведено в табл. 12.3.

Таблиця 12.3

### Розподіл балів за тижнями

Теми змістового модуля		Лекційні заняття	Практичні заняття	Лабораторні заняття	Перевірка есе	Презентація	Творче завдання	Творчий проект	Усього	
<b>Змістовий модуль 1</b> Різновиди комунікацій та зміст комунікаційного процесу	<b>Тема 1</b>	1 тиждень	1	1	–	5	–	–	7	
	<b>Тема 2</b>	3 тиждень	1	1	–	–	5	–	7	
	<b>Тема 3</b>	4 тиждень	1	1	–	–	–	5	–	7
		6 тиждень	1	1	–	–	–	–	–	2
<b>Тема 4</b>	8 тиждень	1	1	–	–	5	–	–	7	
<b>Змістовий модуль 2</b> Використання усної та письмової комунікації в бізнесі	<b>Тема 5</b>	10 тиждень	1	–	1	–	–	4	–	6
		11 тиждень	1	–	1	–	–	4	–	6
	<b>Тема 6</b>	13 тиждень	1	–	1	–	–	4	–	6
	<b>Тема 7</b>	15 тиждень	1	–	1	–	–	4	–	6
	<b>Тема 8</b>	17 тиждень	1	–	1	–	–	–	4	6
<b>Усього</b>			10	5	5	5	10	21	4	60

Підсумкова оцінка з навчальної дисципліни визначається відповідно до Тимчасового положення "Про порядок оцінювання результатів навчання студентів за накопичувальною бально-рейтинговою системою" ХНЕУ ім. С. Кузнеця (табл. 12.4).

Таблиця 12.4

### Шкала оцінювання: національна та ЄКТС

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ЄКТС	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		
60 – 63	E	задовільно	не зараховано
35 – 59	FX	незадовільно	
1 – 34	F		

Оцінки за цією шкалою заносяться до відомостей обліку успішності, індивідуального навчального плану студента та іншої академічної документації.

## 13. Рекомендована література

### 13.1. Основна

1. Основы теории коммуникации : учебник / под ред. проф. М. А. Василика. – Москва : Гардарики, 2003. – 615 с.
2. Соколов А. В. Общая теория социальной коммуникации : учеб. пособ. / А. В. Соколов. – Санкт-Петербург : Изд. Михайлова В. А., 2002 г. – 461 с.
3. Столяренко Л. Д. Психология делового общения и управления : учебник / Л. Д. Столяренко. – Ростов-на-Дону : Феникс, 2005. – 416 с.
4. Сосновская А. М. Деловая коммуникация и переговоры : учеб. пособ. / А. М. Сосновская. – Санкт-Петербург : Изд. СЗАГС, 2011. – 180 с.
5. Жернакова М. Б. Деловые коммуникации: теория и практика : учебник для бакалавров / М. Б. Жернакова, И. А. Румянцева. – Москва : Изд. "Юрайт", 2014. – 370 с.

6. Бороздина Г. В. Психология делового общения : учебник для студ. вузов по экономич. спец. / Г. В. Бороздина. – 2-е. изд. – Москва : ИНФРА-М, 2008. – 295 с.

7. Дзялошинский И. М. Коммуникационные процессы в обществе: институты и субъекты : монография / И. М. Дзялошинский. – Москва : Изд. АПК и ППРО, 2012. – 592 с.

### **13.2. Додаткова**

8. Самыгин С. И. Психология управления : учеб. пособ. / С. И. Самыгин, Л. Д. Столяренко. – Ростов-на-Дону : Изд. "Феникс", 1997. – 512 с.

9. Грушевицкая Т. Г. Основы межкультурной коммуникации : учебник для вузов / Т. Г. Грушевицкая, В. Д. Попков, А. П. Садохин ; под ред. А. П. Садохина. – Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2002. – 352 с.

10. Каймакова М. В. Коммуникации в организации : текст лекций / М. В. Каймакова. – Ульяновск : УлГТУ, 2008. – 73 с.

11. Ромат Е. В. Реклама / Е. В. Ромат. – 5-е изд. – Санкт-Петербург : Питер, 2002. – 544 с.

### **13.3. Інформаційні ресурси**

12. Бояринова И. П. Интернет-курс. Технологии деловых коммуникаций. – Московский финансово-промышленный университет "Синергия", 2010 [Электронный ресурс] / И. П. Бояринова. – Режим доступа : [http://e-biblio.ru/book/bib/02\\_estestv\\_nauki/cult\\_rechi\\_i\\_del\\_obchenie/sg\\_tehnologii\\_delovih\\_kommunikacij.html](http://e-biblio.ru/book/bib/02_estestv_nauki/cult_rechi_i_del_obchenie/sg_tehnologii_delovih_kommunikacij.html).

# Додатки

Додаток А

Таблиця А.1

## Структура складових професійних компетентностей з навчальної дисципліни "Управління комунікаційними процесами в бізнес-середовищі" за Національною рамкою кваліфікацій України

39

Складові компетентності, яка формується в рамках теми	Мінімальний досвід	Знання	Вміння	Комунікації	Автономність і відповідальність
1	2	3	4	5	6
<b>Тема 1. Основні види й елементи комунікаційного процесу</b>					
Здійснювати аналіз каналів та мереж комунікацій	Розуміти процеси комунікацій	Знати основні поняття й види комунікації	Характеризувати елементи комунікаційного процесу	Формувати комунікаційні канали та мережі	Нести відповідальність за правильність формування каналів комунікацій
<b>Тема 2. Особливості управління комунікаційними процесами</b>					
Застосовувати зворотний зв'язок під час управління комунікаційними процесами	Розуміти процеси управління	Знати сутність управління комунікаційними процесами	Вміти встановлювати зворотній зв'язок в комунікаційному процесі	Обговорювати переваги та недоліки роботи фахівців, що забезпечують комунікаційний процес	Нести відповідальність за управлінські процеси під час комунікації

1	2	3	4	5	6
<b>Тема 3. Використання комунікацій в бізнесі</b>					
Використовувати методи протистояння маніпулюванню	Знати форми ділового спілкування	Знати метод переконання в комунікації	Вміти використовувати форми ділового спілкування під час комунікації	Вміти обґрунтовано довести яким чином здійснюється маніпулювання під час комунікації	Нести відповідальність за використання прийомів маніпулювання в комунікації
<b>Тема 4. Бар'єри і шуми у комунікаційних процесах</b>					
Застосовувати правила і прийоми щодо подолання бар'єрів	Розуміти, що під час комунікації можуть виникати різні перешкоди	Знати сутність бар'єрів і шумів у комунікації	Вміти класифікувати форми бар'єрів за ступенем прозорості в комунікації	Обговорювати прийоми, які можна використовувати для повернення та підтримки уваги під час комунікації	Вміти використовувати способи подолання комунікативних бар'єрів
<b>Тема 5. Специфічні види ділової комунікації</b>					
Використовувати правила і прийоми під час підготовки та проведення різних видів ділової комунікації	Знати види ділової комунікації	Знати основні складові кожного з видів ділової комунікації	Вміти використовувати види аргументів за ступенем впливу під час проведення наради та інших видів ділової комунікації	Працювати в команді по підготовці до прес-конференції	Приймати рішення щодо використання факторів, які впливають на створення позитивної атмосфери ділової бесіди



1	2	3	4	5	6
<b>Тема 6. Презентація</b>					
Використовувати комунікативні прийоми і підходи під час підготовки до презентації	Знати, що таке презентація	Знати складові презентації, які підвищують її результативність	Вміти використовувати послідовність заходів, які треба враховувати під час підготовки до презентації	Аналізувати різноманітні комунікативні прийоми під час підходу до покупця	Нести відповідальність за якість підготовки презентації
<b>Тема 7. Чутки в комунікаційних мережах організації</b>					
Створювати сторітелінг, який є виразом певного принципу або цінності компанії	Знати, що таке чутки	Знати, що таке чутки в комунікаційних мережах організації	Вміти створювати чутки і корпоративні міфи	Вміти розповсюджувати чутки і корпоративні міфи	Нести відповідальність за якість сторітеллінга
<b>Тема 8. Переговори</b>					
Проводити різні види переговорів, використовуючи різні методи та техніки	Знати, що таке переговори	Знати різні види і принципи ділових переговорів	Вміти проводити переговори з використанням тактичних прийомів та різних стилів	Обговорювати основні етапи й техніки підготовки до переговорів	Нести відповідальність за результати ділових переговорів

## Зміст

Вступ.....	3
1. Опис навчальної дисципліни .....	4
2. Мета та завдання навчальної дисципліни .....	4
3. Програма навчальної дисципліни .....	7
4. Структура навчальної дисципліни.....	10
5. Теми та плани семінарських занять.....	12
6. Теми практичних занять .....	13
6.1. Приклади типових практичних завдань за темами.....	14
7. Теми лабораторних занять.....	15
8. Самостійна робота.....	16
8.1. Контрольні запитання для самодіагностики .....	19
9. Індивідуально-консультативна робота .....	22
10. Методи навчання .....	22
11. Методи контролю .....	26
12. Розподіл балів, які отримують студенти .....	31
13. Рекомендована література.....	37
13.1. Основна .....	37
13.2. Додаткова .....	38
13.3. Інформаційні ресурси.....	38
Додатки.....	39

НАВЧАЛЬНЕ ВИДАННЯ

# УПРАВЛІННЯ КОМУНІКАЦІЙНИМИ ПРОЦЕСАМИ У БІЗНЕС-СЕРЕДОВИЩІ

**Робоча програма  
для студентів спеціальності  
061 "Журналістика"  
спеціалізації "Медіа-комунікації"  
другого (магістерського) рівня**

*Самостійне електронне текстове мережеве видання*

Укладач **Зима** Ольга Григорівна

Відповідальний за видання *К. В. Яресько*

Редактор *В. О. Бутенко*

Коректор *Т. А. Маркова*

План 2017 р. Поз. № 171 ЕВ. Обсяг 43 с.

---

Видавець і виготовлювач – ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 61166, м. Харків, просп. Науки, 9-А

*Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи до Державного реєстру  
ДК № 4853 від 20.02.2015 р.*