

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ СЕМЕНА КУЗНЕЦЯ



"ЗАТВЕРДЖУЮ"

Проректор з навчально-методичної роботи

Каріна НЕМАШКАЛО

Управління комунікаційними процесами у бізнес-середовищі

робоча програма навчальної дисципліни

Галузь знань	06 "Журналістика"
Спеціальність	061 "Журналістика"
Освітній рівень	другий (магістерський)
Освітня програма	"Медіа-комунікації"

Статус дисципліни	обов'язкова
Мова викладання, навчання та оцінювання	українська

Завідувач кафедри управління
соціальними комунікаціями

Катерина ЯРЕСЬКО

Харків
2021

ЗАТВЕРДЖЕНО

на засіданні кафедри управління соціальними комунікаціями.

Протокол № 13 від 21.06.2021 р.

Розробник:

Зима Ольга Григорівна, к. е. н., доцент кафедри управління соціальними комунікаціями

**Лист оновлення та перезатвердження
робочої програми навчальної дисципліни**

Навчальний рік	Дата засідання кафедри – розробника РПНД	Номер протоколу	Підпис завідувача кафедри

Анотація навчальної дисципліни

Управління комунікаційними процесами в бізнесі необхідне для того, щоб сформувавши 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.

Навчальна дисципліна “Управління комунікаційними процесами у бізнес-середовищі” є обов’язковою навчальною дисципліною та вивчається згідно з навчальним планом підготовки фахівців другого (магістерського) рівня спеціальності 061 “Журналістика” для всіх форм навчання.

Метою викладання даної навчальної дисципліни є формування у студентів системи 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 комунікації для управління комунікаційними процесами в бізнесі.

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).

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 в процесі вивчення та закріплення знань має самостійна робота студентів.

Характеристика навчальної дисципліни

Курс	1М
Семестр	1
Кількість кредитів ECTS	5
Форма підсумкового контролю	Екзамен

Структурно-логічна схема вивчення дисципліни

Пререквізити	Постреквізити
“Менеджмент”	“Культура та комунікації”,
“Філософія”	“Методи дослідження медіа”
“Соціологія”	“Міжнародні та українські бізнес-медіа”

Компетентності та результати навчання за дисципліною

Компетентності	Результати навчання
ЗК3. Здатність до оригінального мислення та творчого підходу до проведення досліджень, вирішення проблемних ситуацій у медіасфері	РН9. Встановлювати зовнішні та внутрішні комунікації, вирішувати поставлені завдання з розвитку комунікаційних відносин організації у межах роботи ЗМІ, прес-центрів, PR, рекламних та інформаційних відділів
ЗК4. Здатність вести професійну комунікацію	
ЗК8. Здатність до соціальної відповідальності. Здійснювати професійну діяльність на правових та моральних засадах з дотриманням журналістських стандартів	
СК1. Здатність адаптуватися до сучасних глобалізаційних умов модернізації сфери медіакомунікацій	
СК2. Володіти навичками роботи у ЗМІ, прес-центрах, PR-відділах, інформаційних та рекламних агенціях	
ЗК4. Здатність вести професійну комунікацію	РН10. Ставити цілі, планувати та організовувати заходи, розробляти критерії оцінювання ефективності проведення рекламної та інформаційної кампаній
СК2. Володіти навичками роботи у ЗМІ, прес-центрах, PR-відділах, інформаційних та рекламних агенціях	
ЗК2. Здатність до критичного осмислення проблем та об'єктивної оцінки соціальних процесів	РН11. Обирати стратегію й тактику переговорів, відповідну ситуації, а також пристосовувати обрану стратегію до змін у бізнес-середовищі
ЗК4. Здатність вести професійну комунікацію	
ЗК5. Здатність до колективної роботи у проєктній діяльності. Вміти розробляти медійні проєкти та управляти ними	
ЗК7. Здатність інтегрувати знання та розв'язувати складні задачі у медіасфері та мультидисциплінарних контекстах	
СК1. Здатність адаптуватися до сучасних глобалізаційних умов модернізації сфери медіакомунікацій	
СК2. Володіти навичками роботи у ЗМІ, прес-центрах, PR-відділах, інформаційних та рекламних агенціях	
СК3. Здатність володіти інноваційними технологіями ділового спілкування в сфері бізнесу; вміти обирати комунікаційну стратегію й тактику переговорів, відповідну ситуації, а також вміти пристосовувати обрану стратегію до змін у бізнес-середовищі	

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. Всеканална 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. Стилістичний бар'єр нерозуміння. Правило рамки і правило ланцюга під час спілкування.

4.3. Способи подолання комуникативних бар'єрів. Пропозиції щодо подолання комуникативних 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 (поголовків). 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. Сторітеллінг у сфері корпоративного управління. Основні ознаки сторітеллінгу. Основні елементи, що впливають на результативність сторітеллінгу. Базові сюжети сторітеллінгу за Кристофером Буккером. Структура сюжету за Арістотелем. Персонажі історії сторітеллінгу. Тема сторітеллінгу. Принципи сторітеллінгу. Чинники посилення впливу і характеристики, необхідні для сторітеллінга. Проблеми сторітеллінга.

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. Стили ведення переговорів. Аналіз результатів переговорів.

Перелік тем лекцій, практичних і самостійних занять та завдань подано у таблиці "Рейтинг-план навчальної дисципліни".

Методи навчання та викладання

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 (теми 1-8), міні-лекції (під час практичних занять, теми 3, 5, 6, 8), робота в малих групах (теми 3-5), семінари-дискусії (тема 1-2), мозкові атаки (тема 4), кейс-метод (теми 1-8), презентації, метод сценаріїв (теми 3-5), банки візуального супроводу (теми 1-8).

Застосування наведених методів дозволять *досягнути таких результатів навчання як:* закріпленні теоретичних знань на практиці; підвищенні самосвідомості студентів; формуванні здатності ухвалювати самостійні рішення; формуванні здатності до ухвалення колективних рішень

Порядок оцінювання результатів навчання

Система оцінювання сформованих компетентностей у студентів за дисципліною "Управління комунікаційними процесами у бізнес-середовищі" враховує види занять, які згідно з програмою навчальної дисципліни передбачають лекційні, практичні (семінарські)

заняття, а також виконання самостійної роботи. Оцінювання сформованих компетентностей у студентів здійснюється за накопичувальною 100-бальною системою. Контрольні заходи включають:

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 отримати допуск до екзамену, дорівнює 35 балам);

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

Поточний контроль включає оцінювання студентів під час:

Лекцій – активна робота на парі, що включає реакцію студента на лекційний матеріал у вигляді відповідей на запитання та обговорення проблемних питань за темою. За кожне заняття студент отримує 1 бал, максимальна кількість балів – 10.

Практичні та семінарські заняття – активна робота на парі, що включає обговорення лекційного матеріалу, відповіді на запитання, розгляд проблемних ситуацій у рамках теми заняття. За кожне заняття студент отримує 1 бал, максимальна кількість балів – 12.

Під час проведення практичних і семінарських занять також використовуються такі форми поточного контролю як:

Есе, що включає розкриття теми, яка сформульована відповідно до проблем, які розглядаються в рамках теми лекції. Протягом семестру студенти пишуть одно есе, максимальна кількість балів – 3;

Презентація. Протягом семестру студенти виконують одну презентацію до теми 4. Презентація має максимальну оцінку у 5 балів, що і складає максимальна кількість балів, яку отримують студенти;

Творче завдання. Протягом семестру студенти виконують сім творчих завдань. Кожне завдання потребує від студента креативного підходу до його виконання, можливість використання відеоконтенту, презентації тощо. Творче завдання до теми 3 і до теми 5 має максимальну оцінку у 5 балів. Творче завдання до теми 1; до теми 5 – 8 має максимальну оцінку у 4 бали. Максимальна кількість балів, яку студенти отримують за сім завдань складає 30 балів;

Самостійна робота щодо отримання компетентностей за дисципліною “Управління комунікаційними процесами у бізнес-середовищі” включає опрацювання теоретичних основ лекційного матеріалу; виконання домашніх завдань; підготовку до контрольних робіт; аналіз конкретної виробничої ситуації; пошук джерел для підготовки презентацій та творчих завдань за заданими темами, а також підготовка до виконання творчого проекту.

Підсумковий контроль знань та компетентностей студентів з навчальної дисципліни “Управління комунікаційними процесами у бізнес-середовищі” здійснюється на підставі проведення семестрового екзамену, завданням якого 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.

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

Студента слід вважати атестованим, якщо сума балів, одержаних за результатами підсумкової/семестрової перевірки успішності, дорівнює або перевищує 60.

Підсумкова оцінка з навчальної дисципліни розраховується з урахуванням балів, отриманих під час поточного контролю за накопичувальною системою. Якщо 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.

Виставлення підсумкової оцінки здійснюється за шкалою, наведено в таблиці "Шкала оцінювання: національна та ЄКТС".

Форми оцінювання та розподіл балів наведено у таблиці "Рейтинг-план навчальної дисципліни".

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	задовільно	
60 – 63	E		
35 – 59	FX	незадовільно	не зараховано

Рейтинг-план навчальної дисципліни

Тема	Форми та види навчання		Форми оцінювання	Мак бал
Тема 1. Основні види і елементи комунікаційного процесу	<i>Аудиторна робота</i>			
	Лекція	Проблемна лекція за питаннями: 1. Поняття і види комунікації 2. Елементи комунікаційного процесу 3. Комунікаційні канали та мережі	Аудиторна групова робота	1
	Практичне заняття	Практичне заняття за темою “Основні види і елементи комунікаційного процесу”	Активна робота на заняттях	1
		Творче завдання щодо побудування комунікаційного процесу, який включатиме в себе як мінімум чотири основні елемента	Творче завдання	5
	<i>Самостійна робота</i>			
	Питання та завдання до самостійного опрацювання	Опрацювання лекційного матеріалу. Пошук, підбір та огляд літературних джерел за заданою темою. Підготовка до практичного заняття.	–	–
		Підготовка до творчого завдання	–	–
Тема 2. Особливості управління комунікаційними процесами	<i>Аудиторна робота</i>			
	Лекція	Лекція за питаннями: 1. Сутність управління комунікаційними процесами 2. Встановлення зворотного зв'язку в комунікаційному процесі 3. Фахівці, що забезпечують комунікаційний процес	Аудиторна групова робота	1
	Практичне заняття	Практичне заняття за темою “Особливості управління комунікаційними процесами”	Активна робота на заняттях	1
		Підготовка до написання есе на тему "Для чого потрібен зворотній зв'язок в комунікаційному процесі"	Есе	3
<i>Самостійна робота</i>				

	Питання та завдання до самостійного опрацювання	Пошук, підбір та огляд літературних джерел за заданою темою. Вивчення лекційного матеріалу, підготовка до практичного заняття. Підготовка до написання есе	– –	– –
Тема 3. Використання комунікацій в бізнесі	<i>Аудиторна робота</i>			
	Лекція	Лекція за питаннями: 1. Форми ділового спілкування 2. Метод переконання в комунікації 3. Маніпулювання в комунікації	Аудиторна групова робота	1
	Практичне заняття	Практичне заняття за темою “Використання комунікацій в бізнесі”	Активна робота на заняттях	1
		Знати метод переконання в комунікації та застосування видів впливу під час переконання; мати навички маніпулювання в комунікації та захисту від маніпуляційного впливу	Активна робота на заняттях	3
		Творче завдання: написати сценарій проведення ділової наради (зборів) з використанням таких методів впливу як маніпулювання та переконання, використовуючи лекційний і відеоматеріал	Творче завдання	5
	<i>Самостійна робота</i>			
	Питання та завдання до самостійного опрацювання	Пошук, підбір та огляд літературних джерел за заданою темою. Підготовка до практичного заняття, вивчення лекційного матеріалу Підготовка до творчого завдання	– –	– –
Тема 4. Бар'єри і шуми у комунікаційному процесі	<i>Аудиторна робота</i>			
	Лекція	Лекція за питаннями: 1. Сутність бар'єрів і шумів у комунікації 2. Форми бар'єрів за ступенем прозорості в комунікації 3. Способи подолання комунікативних бар'єрів	Аудиторна групова робота	1
	Практичне заняття	Практичне заняття за темою “Бар'єри і шуми у комунікаційному процесі”	Активна робота на заняттях	1
		Написати та презентувати сценарій подолання бар'єру «уникнення» шляхом управління увагою аудиторії	Презентація	5
	<i>Самостійна робота</i>			
	Питання та завдання до самостійного опрацювання	Пошук, підбір та огляд літературних джерел за заданою темою. Підготовка до практичного заняття, вивчення лекційного матеріалу Підготовка презентації	– –	– –
Тема 5. Специфічні види ділової комунікації	<i>Аудиторна робота</i>			
	Лекція	Лекція за питаннями: 1. Діловий лист і звіт 2. Ділова бесіда 3. Нарада 4. Прес-конференція 5. Ведення телефонних розмов	Аудиторна групова робота	2
Практичне заняття	Практичне заняття за темою “Специфічні види ділової комунікації”	Активна робота на	2	

			заняттях	
		Творче завдання: використовуючи «правила переконання» і види аргументів скласти проблемну ділову бесіду по необхідності вирішення конфліктної ситуації на підприємстві	Творче завдання	4
		Творче завдання: підготувати основні документи прес-конференції: - сценарій (де будуть прописані основні ідеї), - таймінг (в ньому відображено приблизний час кожного пункту сценарію)	Творче завдання	5
	Самостійна робота			
Питання та завдання до самостійного опрацювання	Пошук, підбір та огляд літературних джерел на задану тему. Підготовка до практичного заняття, вивчення лекційного матеріалу.		–	–
	Підготовка творчого завдання		–	–
Тема 6. Презентація	Аудиторна робота			
	Лекція	Лекція за питаннями: 1. Сутність і цілі презентації 2. Підготовка презентації 3. Види презентацій товарів і послуг 4. Комунікативні прийоми і підходи	Аудиторна групова робота	1
	Практичне заняття	Практичне заняття за темою “Презентація”	Активна робота на заняттях	1
		Творче завдання: написати сценарій і скласти докладний план проведення презентації товару (на вибір студента)	Творче завдання	4
	Самостійна робота			
	Питання та завдання до самостійного опрацювання	Пошук, підбір та огляд літературних джерел за заданою темою. Підготовка до практичного заняття, вивчення лекційного матеріалу.		–
Підготовка творчого завдання			–	–
Тема 7. Чутки в комунікаційних мережах організації	Аудиторна робота			
	Лекція	Лекція за питаннями: 1. Характеристика чуток (молви) 2. Класифікація чуток 3. Сторителінг у сфері корпоративного управління	Аудиторна групова робота	1
	Практичне заняття	Практичне заняття за темою “Чутки в комунікаційних мережах організації”	Активна робота на заняттях	1
		Творче завдання: придумати корпоративний міф (сторителлінг) і запропонувати спосіб його (її) розпускання (впровадження)	Творче завдання	4
	Самостійна робота			
	Питання та завдання до самостійного опрацювання	Вивчення лекційного матеріалу, підготовка до практичного заняття. Пошук, підбір та огляд літературних джерел за заданою темою.		–
Підготовка творчого завдання щодо можливості прийняття рішення щодо незапланованої покупки покупцем			–	–

Тема 8. Переговори	<i>Аудиторна робота</i>			
	Лекція	Лекція за питаннями: 1. Сутність і види переговорів 2. Підготовка до переговорів 3. Техніка ведення переговорів 4. Тактичні прийоми ведення переговорів	Аудиторна групова робота	1
	Практичне заняття	Практичне заняття за темою “Переговори”	Активна робота на заняттях	1
		Творче завдання: обґрунтувавши вибір місця проведення переговорів, а також кількість осіб - учасників переговорного процесу, згідно існуючих етапів написати сценарій проведення переговорів	Творче завдання	4
	<i>Самостійна робота</i>			
	Питання та завдання до самостійного опрацювання	Пошук, підбір та огляд літературних джерел за заданою темою. Вивчення лекційного матеріалу, підготовка до практичного заняття.		
Підготовка творчого завдання				
Екзамен			40	

Рекомендована література

Основна

1. Денисюк С. Г. Комунікологія : навчальний посібник / С. Г. Денисюк. – Вінниця : ВНТУ, 2015. – 102 с.
2. Чернявская Т. П. Коммуникация в бизнесе: психологическая теория и практика : учеб.-метод. пособ. / Т. П. Чернявская, Т. П. Висковатова. – Одесса : Одесск. национ. ун-т им. И. И. Мечникова, 2013. – 258 с.
3. Холод О. М. Комунікаційні технології : підручник. – К. : КиМУ, 2011. – 313 с.

Додаткова

4. Крисько Ж. Л., Скишляк О. А. Важливість неформальних комунікацій в управлінні бізнесом. Інфраструктура ринку. Електронний науково-практичний журнал, (32), 131-136. Вилучено із http://www.market-infr.od.ua/journals/2019/32_2019_ukr/21.pdf.
5. Лозовський О. М., Заяц О. М. Управління комунікаційним процесом на підприємстві // Specialized and multidisciplinary scientific researches. Volume 1. December 11, 2020. Amsterdam, The Netherland. – 133-137 p.
6. Зима О. Г. Вплив мотивації на процес комунікації учасників ринкових відносин // Вісник Одеського національного університету. Науковий журнал. Серія економіка. – Випуск 4(57). Том 22. – Одеса, 2017. – С. 74–78.
7. Васильченко М. І., Гришко В. В. Комуникативний менеджмент: навчальний посібник / М. І. Васильченко, В. В. Гришко. – Полтава: ПолтНТУ, 2018. – 208 с.

Інформаційні ресурси в Інтернеті

8. Зима О. Г. Мотивація і маніпуляція як інструменти впливу на людину // Економіка та суспільство. – 2017. – №13. – Режим доступу до журналу: <http://economyandsociety.in.ua>.
9. Сайт персональних навчальних систем ХНЕУ ім. С. Кузнеця. Навчальна «Управління комунікаційними процесами у бізнес-середовищі» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://pns.hneu.edu.ua/course/view.php?id=3691¬ifieditingon=1>.