

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНИЙ ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД
«УЖГОРОДСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ»
Факультет міжнародної політики, логістики та менеджменту
Кафедра міжнародного бізнесу, логістики та менеджменту**

Зеліч (Яцко) Вікторія Вікторівна

КОМУНІКАТИВНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ

Навчально – методичний комплекс з дисципліни

Для студентів IV курсу денної та заочної форм навчання
факультету міжнародної політики, логістики та менеджменту
напряму підготовки: 6.030601 «Менеджмент»

УЖГОРОД 2016-2017 н. р.

ББК – 65.050.214+60.5
УДК – 658:316.77
К – 63

Комунікативний менеджмент: навчально-методичний комплекс з дисципліни / уклад. В.В. Зеліч (Яцко). – Ужгород: ДНВЗ «УжНУ», 2016. – 40 с.

Для студентів денної та заочної форм навчання галузі знань 0306 «Менеджмент і адміністрування», напряму підготовки: 6.030601 «Менеджмент».

Розробник

Зеліч (Яцко) Вікторія Вікторівна – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри міжнародного бізнесу, логістики та менеджменту ДНВЗ «УжНУ».

Рецензенти:

Дроздовський Я.П. – кандидат економічних наук, доцент кафедри міжнародних економічних відносин, заступник декана з навчально – виховної роботи факультету міжнародних економічних відносин ДНВЗ «УжНУ».

Дюгованець О.М. – кандидат економічних наук, доцент кафедри міжнародного бізнесу, логістики та менеджменту, факультету міжнародної політики, менеджменту та бізнесу.

Відповідальний за випуск

Черленяк І.І. – доктор наук державного управління, професор та завідувач кафедри міжнародного бізнесу, логістики та менеджменту ДНВЗ «УжНУ».

Схвалено до друку рішенням кафедри міжнародного бізнесу, логістики та менеджменту ДНВЗ «УжНУ» як навчально – методичний комплекс з дисципліни
Протокол № 1 від «29» серпня 2016 р.

Схвалено до друку рішенням факультету міжнародної політики, менеджменту та бізнесу ДНВЗ «УжНУ» як навчально – методичний комплекс з дисципліни
Протокол № 1 від «__» вересня 2016 р.

ЗМІСТ

Вступ.....	4
Опис навчальної дисципліни «Комунікативний менеджмент».....	4
Методичні вказівки щодо вивчення дисципліни.....	5
Структура навчальної дисципліни «Комунікативний менеджмент».....	7
Програма навчальної дисципліни «Комунікативний менеджмент».....	10
Теми семінарських (практичних) занять.....	12
Контрольні питання з дисципліни «Комунікативний менеджмент».....	20
Теми індивідуальних науково-дослідних завдань.....	21
Критерії оцінювання знань студентів з курсу «Комунікативний менеджмент».....	22
Контроль успішності знань студентів.....	24
Список рекомендованої літератури.....	26
Додатки.....	30

ВСТУП

Комунікативний менеджмент належить до досить нових дисциплін і об'єднує у собі управління, всім комплексом корпоративних комунікацій, включаючи PR, внутрішньофірмові відносини, GR (Government Relations – зв'язки з урядом), CRM (Customers Relationship Management – управління взаємовідносинами з клієнтами), маркетингові, фінансові, екологічні комунікації, як і з оточуючим співтовариством на місці розташування компанії її виробництва.

У процесі вивчення, розвитку та практичного застосування комунікативного менеджменту найчастіше використовуються такі поняття, як: комунікація, менеджмент, комунікатор, цільова аудиторія, ключове повідомлення, канали комунікації. Детальний розуміння й тлумачення комунікативних процесів є однією з важливих чинників успішного освоєння цієї дисципліни. Це вимагає знання загальних теоретичних рис різноманітних комунікаційних процесів, включаючи знання з створенню, опрацюванні та передачі інформації, базові знання про масових комунікаціях, організаційної діяльності, особистісних комунікаціях. Співробітники, працюють у галузі комунікацій і PR, повинні розуміти основи та механізми функціонування комунікаційних процесів, вміти розпізнавати комунікаційні ситуації, реконструювати і аналізувати комунікації у повсякденному житті, і навіть формулювати висновків та пропозицій по методичного і систематичного розвитку необхідних комунікацій.

Щоб мати чіткіше уявлення про категорію «комунікативний менеджмент», доцільно з погляду PR технологій оцінити цю назву дисципліни більш осмислено, спочатку необхідно усвідомити, що саме позначають слова «менеджмент» і «комунікація».

Сьогодні там під **менеджментом** розуміють таке управління, людьми і коштів, що дозволяє виконувати поставлені завдання гуманним, економічним і раціональним шляхом. Управляти – отже *спонукати* за інші до досягненню ясної мети, а чи не *змушувати* інших робити те, що вважаєш правильним.

Зрозуміло, що категоріями «спонукати» і «змушувати» – дистанція надто велика і це дистанція залежить від сили та ступеня надійності та міцності зв'язку з громадськістю, тобто усе те, що несе назва «**паблік рілейшнз**».

Комунікативний менеджмент – це сукупність нагромаджених у світовій практиці принципів, методів, засобів і форм впливу комунікаторів, утримання потоків інформаційної взаємодії людей, їх груп, суспільних, соціальних і політичних формувань у процесі спілкування з вирішення тактичних і стратегічних завдань із управління громадськими відносинами.

ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «КОМУНІКАТИВНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ»

Найменування показників	Галузь знань, напрям підготовки, освітньо-кваліфікаційний рівень	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	заочна форма навчання
Кількість кредитів – 3	Галузь знань 0306 «Менеджмент і адміністрування» (шифр і назва)	Нормативна (за вибором вищого навчального закладу)	
	Напрямок підготовки <u>6.030601 «Менеджмент»</u> (шифр і назва)		
Модулів – 2	Кваліфікація	Рік підготовки	

Змістових модулів – 2	(професійне тренування): фахівець з міжнародного бізнесу	4-й	-
Індивідуальне науково- дослідне завдання (назва)		Семестр	
Загальна кількість годин – 90/28 год.		4-й	-
Тижневих годин для денної форми навчання: аудиторних – 3 самостійної роботи студента – 54 год.	Освітньо-кваліфікаційний рівень: Бакалавр	Лекції	
		16 год.	-
		Практичні, семінарські	
		10 год.	-
		Лабораторні	
		-	-
		Самостійна робота	
		54 год.	-
		Індивідуальні завдання, консультації :	
		1 год.	
Вид контролю:			
залік	залік		

Методичні вказівки до вивчення дисципліни

Навчальна дисципліна «Комунікативний менеджмент» є однією із складових частин блоку професійно-орієнтованих дисциплін при підготовці студентів напряму 0306 «Менеджмент», освітньо-кваліфікаційного рівня «Бакалавр».

Одна з найважливіших умов успіху в бізнесі - створення в очах потенційного партнера іміджу людини, що вміє поводитися в ситуаціях ділової комунікації, володіє методикою ведення ділової бесіди, ділових переговорів, службових телефонних розмов, успішно працює з сучасними електронними засобами комунікації, а також опанувала невербальні засоби комунікації. Ця дисципліна допомагає створенню такого іміджу, вчить установлювати і підтримувати контакт між людьми, пов'язаними інтересами справи. При вивченні дисципліни передбачені лекційні і практичні заняття. На лекціях у короткій і узагальненій формі викладаються основні питання розділів дисципліни. На практичних заняттях студенти відпрацьовують уміння і навички поведінки в ситуаціях ділової комунікації.

Під час самостійної роботи студенти поглиблюють свої знання з предмету, самостійно вивчають питання і теми дисципліни, не передбачені для аудиторної роботи. Для контролю засвоєння знань з цієї навчальної дисципліни навчальним планом передбачений залік і виконання індивідуальних завдань.

Місце навчальної дисципліни в системі професійної підготовки фахівця.

Дана навчальна дисципліна є теоретичною основою сукупності знань та вмінь, що формують сучасне економічне мислення фахівця в області управління.

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

Завдання вивчення навчальної дисципліни є:

- оволодіння методами управління інформаційною взаємодією в різних сферах предметної діяльності;
- вивчення основних задач, функцій та методів комунікативного менеджменту;
- оволодіння методами організації проведення комунікаційних досліджень;

- дослідження механізмів реалізації комунікативної політики організації.

Інтегровані вимоги до знань та умінь з навчальної дисципліни

У результаті вивчення даної навчальної дисципліни студент повинен:

Знати:

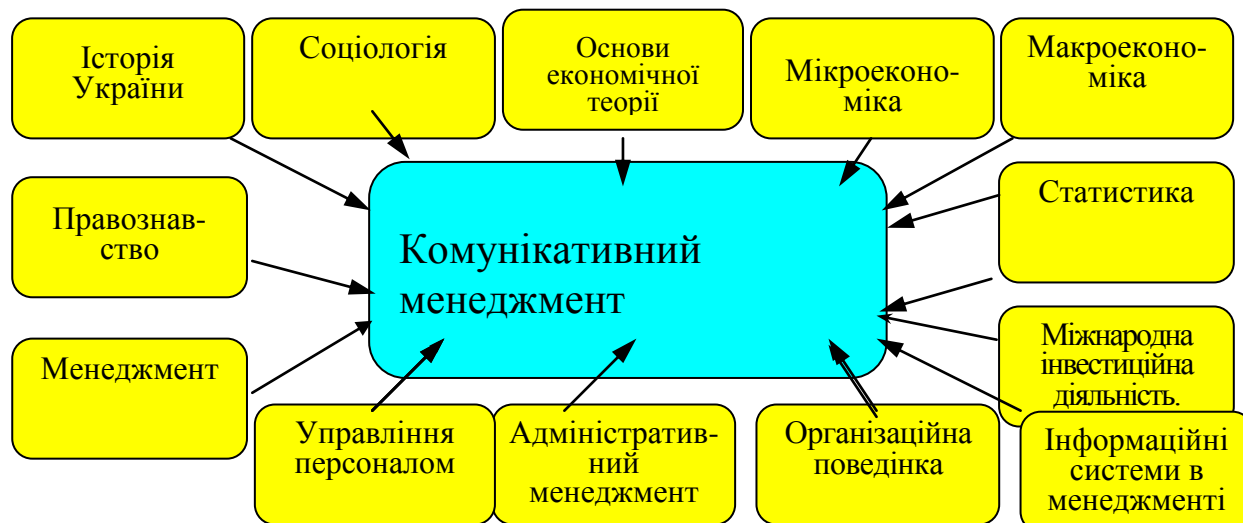
- місце комунікацій в менеджменті, знати типи ділових стратегій та їх використання на підприємстві, в чому специфіка комунікативного менеджменту в сучасному інформаційному суспільстві;
- специфіку символічної, візуальної, подієвої, міфологічної складової комунікативного менеджменту;
- в чому специфіка комунікативних технологій в межах комунікативного менеджменту;
- якими є механізми впливу таких комунікативних технологій як зв'язки з громадськістю (паблік релейшнз); іміджмейкінг; менеджмент новин; реклама; пропаганда; риторика;
- основні засади та принципи комунікативного менеджменту;
- основні методи, технології комунікативного менеджменту;
- концептуальні основи і стратегії комунікативного менеджменту;
- обов'язкові елементи та фази комунікативного спілкування;
- порядок формування ефективних комунікацій на підприємстві;
- соціальну природу поняття «комунікативний менеджмент», його мету та зміст;
- канали, засоби, моделі комунікацій;
- особливості використання інформації в менеджменті;
- основні елементи забезпечення ефективних комунікацій;
- методи вирішення комунікаційних конфліктів;
- особливості формування іміджу менеджера та корпорації (організації);
- перспективи комунікативного менеджменту в інформаційному суспільстві.

Вміти:

- приймати управлінські рішення з метою підвищення комунікаційної ефективності організації;
- організувати та проводити за відповідними методиками комунікаційні дослідження;
- розробляти стратегію та тактику діяльності фірми в сфері комунікативного менеджменту;
- орієнтуватися в теоретичних концепціях сучасного комунікативного менеджменту і уміти застосовувати їхні алгоритми в реальному управлінні;
- аналізувати процеси, що відбуваються у комунікативному просторі;
- застосовувати соціологічні методи до вивчення символічної, візуальної, подієвої, міфологічної форм комунікативного менеджменту комунікативного простору;
- планувати роботу у сфері комунікативного менеджменту;
- оцінювати ефекти застосування форм комунікативного менеджменту;
- виявляти причини відхилення від плану, недоліків в роботі та виявленні невикористаних резервів в сфері організаційних комунікацій.
- самостійно розробляти моделі ефективних комунікацій на підприємстві;
- аналізувати ефективність автоматизованого робочого місця керівника підприємства та різних категорій спеціалістів.
- проводити функціональний аналіз та контролінг діяльності ділового середовища організації;
- самостійно розробляти програми залучення ЗМІ до поширення інформації про підприємство;
- розробляти рекомендації, які допоможуть вирішити складні задачі, що постають перед сучасними керівниками в різних сферах комунікаційної діяльності.

Знання та вміння, отримані студентом під час вивчення цієї навчальної дисципліни, використовуються в подальшому при вивченні багатьох наступних дисциплін професійної підготовки фахівця з базовою та повною вищою освітою.

Міждисциплінарні зв'язки навчальної дисципліни



СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «КОМУНІКАТИВНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ» за робочим навчальним планом 2016/2017 н.р.

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин												
	денна форма						заочна форма						
	Усього	у тому числі					усього	у тому числі					
		л	п	лаб	інд	с.р.		л	п	лаб	інд	с.р.	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	
Змістовий модуль 1													
Тема 1. Комунікативний менеджмент: основні положення і базові характеристики	12	3	2			7	2	1					7
Тема 2. Стратегія комунікативного менеджменту	12	3	2			7	1	1					7
Тема 3. Технології і інструменти комунікативного менеджменту	11	3	2			7	1	1					7
Тема 4. Ділова комунікація як значущий засіб забезпечення цілісності і функціонування організації	10	2	1			6	1	1					6
Разом за змістовим модулем 1	45	11	7			27	5	4					27
Змістовий модуль 2													
Тема 5. Форми ділової	12	3	2			7	1	1					7

комунікації в комунікативному менеджменті												
Тема 6. Типологія ділових комунікацій	12	3	2			7	1	1				7
Тема 7. Основні проблеми комунікацій в організації.	11	3	2			7	1					7
Тема 8. Ефективні ділові комунікації	10	2	1			6	1					6
Разом за змістовим модулем 2	45	11	7			27	4	2				27
Усього годин	90	22	14			54	9	6				54

**СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
«КОМУНІКАТИВНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ»
за штатним навантаженням 2016/2017 н.р.**

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин											
	денна форма						заочна форма					
	Усього	у тому числі					усього	у тому числі				
		л	п	лаб	Інд	с.р.		л	п	лаб	інд	с.р.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Змістовий модуль 1												
Тема 1. Комунікативний менеджмент: основні положення і базові характеристики	12	2	2			7	2	1				7
Тема 2. Стратегія комунікативного менеджменту.	12	2	1			7	1	1				7
Тема 3. Технології і інструменти комунікативного менеджменту	11	2	1			7	1	1				7
Тема 4. Ділова комунікація як значущий засіб забезпечення цілісності і функціонування організації	10	2	1			6	1	1				6
Разом за змістовим модулем 1	45	8	5			27	5	4				27
Змістовий модуль 2												

Тема 5. Форми ділової комунікації в комунікативному менеджменті	12	2	2			7	1	1				7
Тема 6. Типологія ділових комунікацій	12	2	1			7	1	1				7
Тема 7. Основні проблеми комунікацій в організації.	11	2	1			7	1					7
Тема 8. Ефективні ділові комунікації	10	2	1			6	1					6
Разом за змістовим модулем 2	45	8	5			27	4	2				27
Усього годин	90	16	10			54	9	6				54

**ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
«КОМУНІКАТИВНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ»
ТЕМИ ЛЕКЦІЙНИХ ЗАНЯТЬ**

Змістовий модуль 1. Розвиток основних положень комунікативного менеджменту, його базові характеристики, стратегії, технології та інструменти

Тема 1. Комунікативний менеджмент: основні положення і базові характеристики

План

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

Рекомендована література: основна [1-4], додаткова [1-9].

Тема 2. Стратегія комунікативного менеджменту

План

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

Рекомендована література: основна [1-4], додаткова [1-9].

Тема 3. Технології і інструменти комунікативного менеджменту

План

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

Рекомендована література: основна [1-4], додаткова [1-9].

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

План

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

Рекомендована література: основна [1-3; 6-7; 10-12], додаткова [1; 8; 12; 15; 20; 24; 26].

Змістовий модуль 2. Управління спілкуванням та комунікацією у менеджменті

Тема 5. Форми ділової комунікації в комунікативному менеджменті

План

1. Класифікація форм ділової комунікації: наради, офіційні і протокольні заходи, зустрічі, прийоми, бесіди, виступи, письмові документи.
2. Діалог і дискусія як найбільш загальна форма ділових комунікацій. Різновиди діалогу.
3. Інші форми ділових комунікацій: прес-конференція, брифінг, презентація, прийом з особистих питань.
4. Форми взаємодії в діловому спілкуванні.
5. Ділові переговори як основна форма ділової комунікації.

Рекомендована література: основна [1-8; 11; 15], додаткова [3;6; 8; 11; 12; 15].

Тема 6. Типологія ділових комунікацій

План

1. Поняття організаційних комунікацій. Види комунікацій в організації.
2. Внутрішньоорганізаційні комунікації: зміст поняття, цілі і завдання.
3. Класифікація внутрішньоорганізаційних комунікацій: за характером; за формою спілкування; за ознакою етапу організаційного функціонування; за змістом; з точки зору просторового розташування каналів; за спрямованістю; за ознакою каналу спілкування; комунікації типу: «керівник – підлеглий», «керівник – керівник», «керівник - робоча група».
4. Зовнішньоорганізаційні комунікації: зміст поняття, цілі і завдання.
5. Суб'єкти і об'єкти зовнішньоорганізаційних комунікацій організації, їхня структура і особливості взаємодії.

Рекомендована література: основна [2; 3; 10; 11; 14], додаткова [3; 8; 9; 11; 12; 13; 14; 16; 19; 21].

Тема 7. Основні проблеми комунікацій в організації

План

1. Міфи ділової комунікації.
2. Зміст бар'єрів ділової комунікації в організації.
3. Типологія бар'єрів ділової комунікації: мікробар'єри і макробар'єри.
4. Причини бар'єрів комунікації: чинники ініціатора комунікації і чинники одержувача інформації.
5. Способи вдосконалення комунікаційних процесів в організації.

Рекомендована література: основна [2; 6; 7; 9; 10; 12], додаткова [1; 3; 4; 11; 14; 16; 17; 20]

Тема 8. Ефективні ділові комунікації

План

1. Чинники формування ефективних ділових комунікацій.
2. Кризові комунікації в організації: цілі, причини, об'єкти, класифікації.
3. Комунікаційні стилі ефективного ділового спілкування.

Рекомендована література: основна [2; 4; 6; 9; 12], додаткова [1; 8; 16; 17; 19; 21]

ТЕМИ СЕМІНАРСЬКИХ (ПРАКТИЧНИХ) ЗАНЯТЬ

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	Кількість годин
1	Резюме: зміст, види, приклади. Використання резюме у бізнес-комунікаціях. Основні правила складання та види резюме: хронологічне, функціональне, резюме кобмінованого типу, міжнародне резюме CV.	2	4
2	Презентація як різновид публічного мовлення. Класифікаційні ознаки та типи презентацій. Типи презентацій за об'єктом презентації. Мета та масштаби презентацій: брифінг; ексклюзив; конференція; шоу Мовленнєві, стилістичні і комунікативні принципи презентації.	2	4
3	Комунікації із ЗМІ. Формування медіа-зв'язків і правила взаємодії з журналістами. Технології написання прес-релізу.	2	2
4	Вербальні і невербальні засоби комунікації. Дебати з опонентами.	2	2
5	Інтернет як засіб бізнес-комунікацій. Організація корпоративних комунікацій у мережі Інтернет. Корпоративний сайт: основні проблеми і правила створення: цілі і завдання сайту; цільова аудиторія; внутрішня структура; зміст сайту.	2	2
Усього		10	14

Практичне заняття № 1

Тема: Резюме: зміст, види, приклади

План

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

Рекомендована література:

основна

1. Совершенствование навыков устной речи. Монолог : [Гойхман О.Я., Надеина Т.М. Речевая коммуникация: ученик /под ред. проф. О.Я. Гойхмана. М.: ИНФРА-М, 2008. – 272 с. - Глава 2. 4] Режим доступа: <http://ebooks.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Shavkun/0008982.pdf>
2. Невербальные средства общения [Гойхман О.Я., Надеина Т.М. Речевая коммуникация: ученик /под ред. проф. О. Я. Гойхмана. – М.: ИНФРА-М, 2008. –272 с.] <http://ebooks.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Shavkun/0008989.pdf>
3. Совершенствование навыков слушания [Гойхман О.Я., Надеина Т.М. Речевая коммуникация: ученик /под ред. проф. О.Я. Гойхмана. –М.: ИНФРА-М, 2008. – 272 с.– Режим доступа: <http://ebooks.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Shavkun/0008980.pdf>
4. Дик Улла. Эффективная коммуникация. Приемы и навыки.– Режим доступа: <http://ebooks.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Shavkun/0009004.pdf>
5. Шавкун І.Г. Основи ділової комунікації: практикум з навчального курсу «Основи ділової комунікації» для студентів напряму підготовки «Менеджмент». – Запоріжжя : ЗНУ, 2010. – Теми 1-3 .– Режим доступа: http://ebooks.znu.edu.ua/files/metodychky/2010/10/osn_dil_kommun.pdf

Скласти із дотриманням усіх вимог до написання:

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

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

Основні принципи складання резюме

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

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

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

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

Поширені помилки при складанні резюме:

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

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

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

3. Зарозумілість та гумор. Залишіть це для друзів та знайомих. Забудьте про каламбури, гостроти. Людям, які читають резюме не до жартів та розваг. Те, що може здаватися цікавим іншим людям, за цих обставин буде недоречним.

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

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

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

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

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

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

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

10. Надмірні подробиці особистого життя.

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

Види резюме

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

Є 3 основних типи:

- ✓ хронологічне;
- ✓ функціональне;
- ✓ комбіноване.

Хронологічне резюме: про все по порядку.

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

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

Недоліки: В певних ситуаціях може представити вас у невідгідному світлі. Наприклад, певний аспект трудової біографії мав місце 5 років тому, проте має відношення до бажаної роботи. А з того часу прийшлося змінити 2-3 місяця роботи. В резюме хронологічного типу даний епізод опиниться не на початку, а в середині послужного списку.

Функціональне резюме.

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

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

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

Резюме комбінованого типу.

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

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

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

Структура резюме:

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

Обсяг – 73% керівників вважають оптимальним 1 стор.

Практичне заняття № 2

Тема: Підготовка і проведення презентації.

План

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

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

Мовленнєві, стилістичні і комунікативні принципи презентації.

Рекомендована література: основна

1. Шавкун І.Г. Основи ділової комунікації: практикум з навчального курсу «Основи ділової комунікації» для студентів напряму підготовки «Менеджмент». – Запоріжжя : ЗНУ, 2010. – Тема 11. – Режим доступу: http://ebooks.znu.edu.ua/files/metodychky/2010/10/osn_dil_kommun.pdf
 2. Каймакова М.В. Коммуникации в организации: текст лекций. – Ульяновск, 2008. – С. 48–54. <http://ebooks.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Shavkun/0008985.pdf>
 3. Аммосов Ю. Универсальный язык бизнеса // «Со-Общение» – ежемесечный специализированный журнал об интеллектуальном бизнесе и гуманитарных технологиях, 2001 [HTTP://WWW.SOUB.RU/N/2001/11/PRACTICE/PRACT4](http://WWW.SOUB.RU/N/2001/11/PRACTICE/PRACT4)
 4. Подготовка и проведение презентации. – Режим доступу: <http://www.businesscareer.com.ua/info/presentation/>
 5. Исакова В. Ключевые правила эффективной презентации http://dogma.perm.ru/index_p_5_p__p_11.html
- додаткова
1. Лазарев Д. Презентация: лучше один раз увидеть. – М.: Альпина Паблишерз, 2010. – 142 с.
 2. Лазарев Д. Продающая презентация. – М.: Альпина Паблишерз, 2010. – 166 с.

Практичне заняття № 3.

Тема: Комунікації із ЗМІ

План

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

Рекомендована література:

основна

1. Каймакова М.В. Коммуникации в организации: текст лекций. – Ульяновск, 2008. – С. 43. .– Режим доступу: <http://ebooks.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Shavkun/0008985.pdf>
2. Публичная коммуникация http://its-journalist.ru/Parts/publichnaya_kommunikaciya.html3.
3. Диалог [Глава 2 4 Совершенствование навыков устной речи. – Из книги: Гойхман О.Я., Надеина Т.М. Речевая коммуникация: ученик /под ред. проф. О.Я. Гойхмана. М.: ИНФРА-М, 2008. – 272 с]. .– Режим доступу: <http://ebooks.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Shavkun/0008981.pdf>

додаткова

1. Сидорская И.В. Эффективная коммуникация со СМИ: принципы и технологии: пособие для студентов высших учебных заведений. – Издательство Гревцова, 2010 – 144 с. <http://pr-books.ru/item/32480>
3. Назайкин А.Н. Медиарилейшнз на 100%: искусство взаимодействия с прессой. Издатель: Альпина Паблишерз, 2010. – <http://pr-books.ru/item/32524>

Основні правила написання прес-релізу

Прес-реліз – один із найпростіших і найдешевших способів виходу на ЗМІ. В ньому вміщується інформація, яку ЗМІ можуть використати повністю або частково у своїх публікаціях.

Ознаки професійно написаного прес-релізу:

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

Основні рекомендації щодо оформлення прес-релізів:

- прес-реліз має бути друкованим, бажано на фірмовому папері. Використовуйте стандартний папір. Друкуйте текст через подвійний інтервал простим та чітким шрифтом (інтервали залишаються для внесення коректив редактора);
- аркуш з прес-релізом має виглядати охайно, не можна розсилати прес-релізи із виправленнями, викресленнями чи стертими словами;
- прес-реліз не повинний містити ніяких виправлень, навіть у заголовку, не варто писати заголовними літерами цілі слова;
- прес-релізи, що містять новини, повинні мати заголовок, проте він має бути не зарозумілим і привертати увагу редактора;
- у верхньому лівому розі на першій сторінці (якщо прес-реліз виконаний не на фірмовому бланку) зазначте назву організації, адресу, номер контактного телефону, прізвище особи, відповідальної за контакт, дату, коли матеріал може публікуватися. Варто також зазначити дату подання прес-релізу;
- найважливіші факти підсумовуються у першому абзаці тексту. Ключовий абзац має відповідати на питання Хто? Що? Коли? Де? і Чому?

- в кінці прес-релізу варто дати коротеньку інформацію про вашу організацію (історію створення, результати поточної діяльності тощо);
- найкращим є варіант, коли прес-реліз займає 1 сторінку. Якщо це не так, то на першій сторінці робиться знизу позначка «див. далі» і на наступній сторінці повторюється назва організації, а в лівому верхньому куті ставиться номер сторінки. В кінці прес-релізу посередині ставиться знак # # #, що вказує на завершення матеріалу.

Практичне заняття № 4

Тема: Вербальні і невербальні засоби комунікації. Дебати з опонентами

План

1. Мова як основний засіб вербальної комунікації. Основні функції мови. Мовлення, мовленнєва діяльність. Види мовленнєвої діяльності.
2. Слухання в діловій комунікації. Види слухання. Бар'єри ефективного слухання.
3. Невербальні засоби комунікації. Типологія невербальних засобів комунікації.
4. Організація просторового середовища.
5. Особливості дебатів з опонентами як форми комунікації.
6. Учасники, ведучий, судді дебатів.
7. Тема дебатів. Підготовка і проведення дебатів. Правила участі в дебатах.
8. Критика в дебатах. Принципи конструктивної критики.

Рекомендована література:

Основна

1. Основные понятия теории речевой коммуникации [Гойхман О.Я., Надеина Т.М. Речевая коммуникация: учебник /под ред. проф. О.Я. Гойхмана. – М.: ИНФРА-М, 2008. – 272 с. – Раздел 1] <http://ebooks.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Shavkun/0009001.pdf>
2. Совершенствование навыков устной речи. Монолог : [Гойхман О.Я., Надеина Т.М. Речевая коммуникация: учебник /под ред. проф. О.Я. Гойхмана. – М.: ИНФРА-М, 2008. – 272 с. – Глава 2. 4] <http://ebooks.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Shavkun/0008982.pdf>
3. Невербальные средства общения [Гойхман О.Я., Надеина Т.М. Речевая коммуникация: учебник /под ред. проф. О.Я. Гойхмана. – М.: ИНФРА-М, 2008. 272 с.] <http://ebooks.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Shavkun/0008989.pdf>
4. Совершенствование навыков слушания [Гойхман О.Я., Надеина Т.М. Речевая коммуникация: учебник /под ред. проф. О.Я. Гойхмана. – М.: ИНФРА-М, – 2008. –272 с.]. <http://ebooks.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Shavkun/0008980.pdf>
5. Дик Улла Эффективная коммуникация. Приемы и навыки. <http://ebooks.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Shavkun/0009004.pdf>
6. Шавкун І.Г. Основи ділової комунікації: практикум з навчального курсу «Основи ділової комунікації» для студентів напряму підготовки «Менеджмент». – Запоріжжя : ЗНУ, 2010. – Теми 1-3 http://ebooks.znu.edu.ua/files/metodychky/2010/10/osn_dil_kommun.pdf
7. Понятие, виды и функции коммуникаций в малой группе http://itsjournalist.ru/Parts/ponyatie_vidy_i_funkcii_kommunikacij_v_maloj_gruppe.html
8. Светенко Т.В. Путеводитель по дебатам: учебно/методический комплект. – М.: Изд-во «Бонфи», 2001. – 296 с. <http://ebooks.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Shavkun/0009002.pdf>
9. Пятирикова Ж. Спор: правила ведения дискуссии. – Режим доступа: <http://ebooks.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Shavkun/0009003.pdf>
10. Шавкун І.Г. Основи ділової комунікації: практикум з навчального курсу «Основи ділової комунікації» для студентів напряму підготовки «Менеджмент». – Запоріжжя: ЗНУ, 2010. – Тема 67. –Режим доступа: http://ebooks.znu.edu.ua/files/metodychky/2010/10/osn_dil_kommun.pdf

додаткова

1. Вербальная коммуникация http://its-ournalist.ru/Parts/verbal._naya_kommunikaciya.html

2. Невербальная коммуникация http://its-journalist.ru/Parts/neverbal._naya_kommunikaciya.html
3. Коммуникации в организации <http://ebooks.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Shavkun/0008985.pdf>
4. Эффективное деловое общение (2-е издание). // Коллектив авторов. – М: Альпина Бизнес Букс, 2009. – 191 с.
5. Непряхин Н. Убеждай и побеждай: Секреты эффективной аргументации. - М.: Альпина Паблишерз, 2010. – 254 с.
6. Стратегия достижения согласия в устной речи [Глава 2.4 Совершенствование навыков устной речи. – Из книги: Гойхман О.Я., Надеина Т.М. Речевая коммуникация: учебник /Под ред. проф. О.Я. Гойхмана. – М.: ИНФРА-М. – 2008.– 272 с.] – Режим доступа: <http://ebooks.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Shavkun/0008979.pdf>
- 7.«Дебаты»: от теории к практике : руководство / В.И. Куприянова, А.И. Назаров. – Хабаровск : Изд-во ДВАГС, 2009. – 100 с. –Режим доступа: <http://ebooks.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Shavkun/0008984.pdf>

Практичне заняття № 5

Тема: Інтернет як засіб бізнес-комунікацій.

План

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

Рекомендована література:

основна

1. Новейшие коммуникационные технологии http://its-journalist.ru/Parts/novejshie_kommunikacionnye_tehnologii.html
2. Продвижение сайта http://peredovik.org/prodvigenie_saiyta.html
3. PR в интернет http://peredovik.org/PR_v_internet.html
4. Использование Интернет в бизнесе <http://subscribe.ru/catalog/job.careerist.binternet>

Додаткова

1. От пиктограммы до интернета http://its-journalist.ru/Parts/ot_piktogrammy_do_interneta.html
2. Интернет для бизнеса. Бизнес-энциклопедия <http://www.handbooks.ru/handbook/10/demo>
3. Мультимедиа как технологии http://its-journalist.ru/Parts/mul._timedia_kak_tehnologii.html
4. Особенности оформления электронных писем <http://www.businesscareer.com.ua/info/business/>

САМОСТІЙНА РОБОТА

№	Тема	Кількість годин	
		денна форма	заочна форма
1	Тема 1. Сутність, роль та методологічні основи менеджменту комунікацій. Менеджмент комунікацій як специфічна сфера людських відносин в організації. Система відносин в організації як предмет вивчення менеджменту комунікацій. Типові манери спілкування в діловому суспільстві. Методи досліджень: діалектичний, системний підхід; моделювання: вербальне, невербальне; науковий, експертний, соціологічні методи: анкетування, інтерв'ювання, тестування	7	7
2	Тема 2. Історія розвитку менеджменту комунікацій. Передумови виникнення науки управління комунікаціями. Розвиток науки про поведінку людини в організації: мотивацію та стимулювання. Особливості формування сучасної моделі комунікаційного менеджменту в Україні	7	7
3	Тема 3. Інформація, як складова комунікаційної мережі. Комунікативні властивості інформації. Інтернет як носій комунікації. Роль інформаційних технологій в удосконаленні комунікацій	7	7
4	Тема 4. Ефективність комунікацій в умовах ринку. Ділові стратегії. Значення ефективних комунікацій в організації у сучасний період. Види комунікації. Вербальні комунікації. Невербальні комунікації. Семантичні бар'єри. Ділові стратегії управління спілкуванням	6	6
5	Тема 5. Комунікативні конфлікти та їх наслідки. Поняття конфлікту. Види конфліктів. Межособливий конфлікт. Конфлікт між особою та групою. Конфліктна поведінка. Експресивна поведінка. Типологія конфлікту. Наслідки конфлікту	4	4
6	Тема 6. Комунікаційний менеджмент і проблеми маніпулювання суспільною свідомістю. Межі управління комунікаціями. Управління комунікаціями у зв'язках з громадськістю в комунікаційному менеджменті. Проблеми розмежування управління та маніпулювання	7	7
7	Тема 7. Принципи організації ефективного комунікаційного процесу на підприємстві. Принципи організації ефективного комунікаційного процесу з персоналом. Формальна комунікація, послідовність і регулярність комунікацій, повідомлення як добрих, так і поганих новостей. Персоніфікація і ширість комунікацій, їх особистий характер. Інноваційність та креативність у виборі комунікаційних рішень. Поліцентризм та мультинаправленість комунікацій.	4	4
8	Тема 8. Стратегія, стилі та ведення комерційних переговорів. Переговори. Стратегія та стилі ведення переговорів. Порівняльний аналіз ділового етикету в різних державах. Виявлення можливих перешкод при проведенні переговорів та їх усунення. Розробка плану ведення комерційних переговорів. Алгоритм проведення комерційних переговорів.	6	6
9	Тема 9. Ділові зустрічі та прийоми. Ділові наради. Ділова зустріч. Розробка плану проведення ділових зустрічей. Алгоритм проведення ділової зустрічі. Теоретичні підходи до стратегії організації ведення переговорів. Модель тактичного обміну інформацією. Моделі організації переговорного процесу. Основні етапи та ступені переговорів за	3	3

	моделлю У. Мастенбука. Стосунки між сторонами, що переговорюються. Ділова нарада та організація її проведення. Алгоритм організації ділової наради. Протокол наради. Рекомендації щодо проведення наради. Аналіз результатів проведення ділових переговорів.		
10	Тема 10. Особливості комунікативного менеджменту в комерційних та некомерційних організаціях. Особливості комунікативного менеджменту в промисловості та бізнесі. Комунікаційна безпека на підприємстві. Технологічний та репутаційно-іміджевий напрями в комунікативному менеджменті. Роль комунікативного менеджменту у маркетинговій політиці підприємства. Структура відділу корпоративної комунікації. Специфіка комунікативного менеджменту в некомерційній сфері.	3	3
	Разом	54	54

КОНТРОЛЬНІ ПИТАННЯ З ДИСЦИПЛІНИ «КОМУНІКАТИВНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ»

I – модуль

1. Комунікативний менеджмент як теорія і практика управління соціальними комунікаціями організації.
2. Завдання комунікативного менеджменту.
3. Зміст і напрями комунікативного менеджменту.
4. Корпоративні комунікації як предмет комунікативного менеджменту
5. Критерії вибору правильних комунікативних систем
6. Об'єкти і суб'єкти комунікативного менеджменту.
7. Стратегія комунікативного менеджменту: поняття, складові та цілі
8. Дослідження мікро- і макросередовища організації. Цільова аудиторія: сутність поняття та типологія.
9. Внутрішні чинники вибору типу комунікаційної стратегії. Комунікативний аудит.
10. Напрями діяльності організації при визначенні стратегії комунікативного менеджменту.
11. Вибір моделі стратегії комунікативного менеджменту.
12. Моделі стратегії (матриця комунікативного менеджменту).
13. Технології і інструменти комунікативного менеджменту
14. Нове інтерактивне середовище. Нове поняття аудиторії.
15. Стільниковий і супутниковий зв'язок в забезпеченні ділової комунікації.
16. Інтернет у бізнесі. Основні напрями використання мережі Інтернет у бізнесі.
17. Електронні комунікації.
18. Аудіоконференція.
19. Відеоконференція: конфігурації побудови відеоконференцій.
20. Телеконференція і її основні типи (аудіо-, відео- і комп'ютерний).

II – модуль

1. Роль комунікації в управлінні організацією. Комунікація і інформація.
2. Ділова комунікація: сутність і зміст.
3. Цілі і функції комунікації в організації.
4. Класифікація форм ділової комунікації: наради, офіційні і протокольні заходи, зустрічі, прийоми, бесіди, виступи, письмові документи.
5. Діалог і дискусія як найбільш загальна форма ділових комунікацій. Різновиди діалогу.
6. Інші форми ділових комунікацій: прес-конференція, брифінг, презентація, прийом з особистих питань.

7. Форми взаємодії в діловому спілкуванні.
8. Ділові переговори як основна форма ділової комунікації.
9. Поняття організаційних комунікацій. Види комунікацій в організації.
10. Внутрішньоорганізаційні комунікації: зміст поняття, цілі, завдання, класифікація.
11. Зовнішньоорганізаційні комунікації: зміст поняття, цілі і завдання
12. Суб'єкти і об'єкти зовнішньоорганізаційних комунікацій організації, їхня структура і особливості взаємодії
13. Міфи ділової комунікації
14. Зміст і причини бар'єрів ділової комунікації в організації
15. Типологія бар'єрів ділової комунікації: мікробар'єри і макробар'єри
16. Чинники формування ефективних ділових комунікацій.
17. Кризові комунікації в організації: цілі, причини, об'єкти, класифікації.
18. Комунікаційні стилі ефективного ділового спілкування.

ТЕМИ ІНДИВІДУАЛЬНИХ НАУКОВО-ДОСЛІДНИХ ЗАВДАНЬ

1. Комунікація як соціокультурний процес взаємодії людей.
2. Основні характеристики ділової комунікації у XXI столітті.
3. Структура ділової комунікації.
4. Характеристика основних комунікаційних навичок у діловій комунікації.
5. Культура ділової комунікації.
6. Культура мовлення ділової людини.
7. Вербальна і невербальна інформація в діловій комунікації.
8. Психологічні механізми дії на партнера в діловій комунікації.
9. Соціальний статус і ролевий розподіл позицій у діловій комунікації.
10. Евристичні методи рішення завдань у діловій комунікації.
11. Структура і функції конфліктів у діловій комунікації.
12. Типологія конфліктів.
13. Стилi поведінки в конфліктних ситуаціях.
14. Стратегія і тактика конфліктів.
15. Урахування індивідуальних особливостей особи в діловій комунікації.
16. Основні стилі ділової комунікації.
17. Діловий етикет і його вплив на ділову комунікацію.
18. Психологічний клімат трудового колективу: його формування і вплив на ділові відносини.
19. Етика ділової комунікації.
20. Професійна комунікація і її складові.
21. Комунікативний портрет конкурентоздатного фахівця.
22. Бар'єри в комунікації і їх подолання.
23. Особливості ділової комунікації в різних країнах.
24. Просторова і психологічна дистанція між партнерами, необхідність організації простору в діловій комунікації.
25. Підготовка і проведення ділової бесіди.
26. Інтернет як інструмент ділової комунікації.
27. Ділова нарада: підготовка і проведення.
28. Підготовка і проведення ділових переговорів.
29. Документаційне забезпечення ділової комунікації.
30. Імідж ділової людини.
31. Результативність ділових комунікацій.
32. Міжособові комунікації в діловій сфері.
33. Процес комунікацій і ефективність управління.
34. Принципи кодексу ділової комунікації.
35. Цінності і символи в діловій комунікації.
36. Ділові комунікації сучасного підприємства: наука або мистецтво?

37. Ділова комунікація в професійній діяльності.
38. Усна ділова комунікація. Жанри усного ділового спілкування і принципи розгортання.
39. Мистецтво письмової ділової комунікації
40. Промислове шпигунство як незаконний збір комерційної інформації.
41. Базова техніка ділової комунікації. Ведення переговорів.
42. Стереотипи і бар'єри ділового спілкування.
43. Інформаційна і психологічна структура ділової комунікації.
44. Смыслові і психологічні бар'єри комунікації.
45. Жанри ділової комунікації в міжкультурній сфері.
46. Особові ресурси і бар'єри при виступі перед аудиторією.
47. Соціокультурні домінанти комунікації.
48. Internet як етап розвитку маркетингових комунікацій.
49. Аналіз і вдосконалення системи комунікації в організації
50. Змінні комунікаційного процесу.
51. Зовнішні комунікації організації.
52. Маніпулятивні технології в системі масових комунікацій.
53. Подолання міжкультурних проблем як обов'язкова складова комунікації міжнародних компаній.
54. Документування трудових правовідносин.
55. Проблема захисту комерційної таємниці в умовах інформаційного суспільства.
56. Ділова комунікація в умовах глобалізації.
57. Релігійні відмінності і ціннісні універсали в діловій комунікації.
58. Особливості ділової комунікації в транснаціональних компаніях.
59. Внутрішньофірмова комп'ютерна мережа (Intranet): цілі, структура, функції.
60. Комунікативність як фаховоутворююча компетентність сучасного менеджера.
61. Створення бази для співпраці через переговори.
62. Статус пасивного спостерігача в переговорах.

КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ ЗНАТЬ СТУДЕНТІВ З КУРСУ «КОМУНІКАТИВНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ»

Методи навчання

- опрацювання лекційного матеріалу;
- опрацювання навчальної та навчально-методичної літератури;
- робота з відповідними інформаційними ресурсами Інтернет, у т.ч. іноземними;
- підготовка рефератів та індивідуальних наукових робіт, доповідей по відповідних питаннях;
- розв'язування практичних ситуаційних завдань;
- складання глосаріїв і термінологічних словників;
- участь у конференціях і дебатах.

Методи організації та здійснення навчально-пізнавальної діяльності:

1) За джерелом інформації:

- *Словесні:* лекція (традиційна, проблемна), семінари, пояснення, розповідь, бесіда.
- *Наочні:* спостереження, ілюстрація, демонстрація.
- *Практичні:* вправи.

2) За логікою передачі і сприймання навчальної інформації: індуктивні, дедуктивні, аналітичні, синтетичні.

3) За ступенем самостійності мислення: репродуктивні, пошукові, дослідницькі.

4) За ступенем керування навчальною діяльністю: під керівництвом викладача; самостійна робота студентів: з книгою; виконання індивідуальних навчальних завдань.

Методи контролю:

Оцінка знань, умінь і практичних навичок студента з навчальної дисципліни «Комунікативний менеджмент» здійснюється за 100-бальною системою.

Оцінювання знань студентів здійснюється на основі результатів:

- поточного контролю знань;
- підсумкового контролю знань – заліку.

Поточний контроль знань студентів здійснюється за двома складовими:

- контроль систематичності та активності роботи студента протягом семестру;
- контроль за виконанням модульних завдань.

При контролі систематичності та активності роботи студента оцінці підлягають:

- відвідування семінарських занять;
- активність на семінарських заняттях;
- рівень засвоєння знань програмного матеріалу.

Методи оцінювання: експрес опитування; поточне тестування; розв'язок ситуаційних задач; складання словника іншомовних термінів за темою; конспект на тему; анотація додатково вивченої літератури; оцінка індивідуального проекту; підсумкова контрольне опитування.

Поточне тестування (модульний контроль)

Протягом семестру студенти виконують два модульні завдання, кожне з яких оцінюється в діапазоні від 0 до 100 балів. Модульне завдання виконується у вигляді комп'ютерного тестування. Максимальна оцінка модульного контролю становить 70 балів.

Підсумкова кількість балів усіх модульних контролів визначається як середнє арифметичне балів за всі модулі.

Підсумкова оцінка з дисципліни

Загальна підсумкова оцінка складається із суми балів за результатами контролю систематичності й активності роботи студента протягом семестру та підсумкової кількості балів всіх модульних контролів.

РОЗПОДІЛ БАЛІВ, ЯКІ ОТРИМУЮТЬ СТУДЕНТИ

	Поточне тестування та самостійна робота										Сума (сер.бал за модулі)
	змістовий модуль 1					змістовий модуль 2					
	T1*	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	T9	T10	
Поточне тестування	70**					70					70
Самостійна робота											30
Всього	100**					100					100

*T1, T2 ... T10 – теми змістових модулів;

** Максимальна кількість балів

КОНТРОЛЬ УСПІШНОСТІ ЗНАНЬ СТУДЕНТІВ

Контроль успішності знань студентів здійснюється з використанням методів і засобів, що затверджуються науково-методичною комісією університету. Академічні успіхи студента визначаються за допомогою встановленої системи оцінювання та реєструються прийнятим в університеті чином з обов'язковим переведенням оцінок відповідно до національної шкали та шкали ECTS. Оцінювання успішності студента при засвоєнні змістовного модулю дисципліни ведеться за внутрішньою системою тестування.

За підсумками атестації зі змістового модуля результати оцінювання перераховуються в шкалу ECTS та національну шкалу за системою:

ШКАЛА ОЦІНЮВАННЯ: НАЦІОНАЛЬНА ТА ECTS

% від максимальної суми балів за всі форми навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену, курсового проекту (роботи), практики	для заліку
90 – 100	A	відмінно	зараховано
82-89	B	добре	
74-81	C	задовільно	
64-73	D		
60-63	E		
35-59	FX	незадовільно з можливістю повторного складання	не зараховано з можливістю повторного складання
0-34	F	Незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

Результати оцінювання успішності студента за кожним змістовим модулем реєструються за національною шкалою і шкалою ECTS в екзаменаційних відомостях та заносяться в Додаток до диплома. Для отримання заліку (екзамену) з предмету «Комунікативний менеджмент» студент повинен мати конспект усіх лекцій, успішно відповідати на практичних індивідуальних заняттях, виконати завдання для індивідуальної роботи, опрацювати теми самостійної роботи, успішно скласти залік в усній чи письмовій формі.

Кожний модуль включає бали за поточну роботу студента на семінарських, практичних заняттях, виконання самостійної роботи, індивідуальну роботу, модульну контрольну роботу. Виконання модульних контрольних робіт здійснюється з використанням роздрукованих завдань. Модульний контроль знань студентів здійснюється після завершення вивчення навчального матеріалу модуля.

Кількість балів за роботу з теоретичним матеріалом, на практичних заняттях, під час виконання самостійної та індивідуальної навчально-дослідної роботи залежить від дотримання таких вимог:

- ✓ вчасність виконання навчальних завдань;
- ✓ повний обсяг їх виконання;
- ✓ якість виконання навчальних завдань;
- ✓ самостійність виконання;
- ✓ творчий підхід у виконанні завдань;
- ✓ ініціативність у навчальній діяльності.

Методи стимулювання інтересу до навчання і мотивації навчально-пізнавальної діяльності:

Методи стимулювання інтересу до навчання: навчальні дискусії; створення ситуації пізнавальної новизни; створення ситуацій зацікавленості (метод цікавих аналогій тощо).

МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КУРСУ

- ✓ робоча навчальна програма;
- ✓ опорні конспекти лекцій;
- ✓ навчальні посібники;
- ✓ засоби підсумкового контролю (комплект завдань для модульних контрольних робіт);

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

Основна:

1. Почепцов Г. Теория коммуникации. М.: Рефл-Бук, К.: Ваклер, 2001.
2. Зверинцев А.Б. Коммуникационный менеджмент. Рабочая книга менеджера PR: электронная книга <http://www.doclist.ru/ebooks/reklama/1412.html>
3. Рева В.Е. Коммуникационный менеджмент. – Изд-во ПГУ, 2003. <http://bankknig.com/knigi/99180-kommunikacionnyj-menedzhment.html>
4. Федотова М.Г. Коммуникационный менеджмент: учебное пособие. – Омск: Изд-во ОмГТУ, 2006. <http://www.aup.ru/books/m865/>
5. Анопченко Т., Болошин Г. и др. Коммуникационный менеджмент. Этика и культура управления. – М.: Феникс, 2010 – 384 с.
6. Колесников А. Презентация как важнейший инструмент построения и развития партнерских сетей на рынке В-2-В // Реклама. Теория и практика. – 2007. – №3.
7. Орлов А.С. Введение в коммуникационный менеджмент: учебное пособие: [для студентов вузов] / А.С. Орлов. – Москва: Гардарики, 2005.
8. Соловьева Е. Применение методов интегрированных маркетинговых коммуникаций при разработке и проведении маркетинговых мероприятий // Маркетинг и маркетинговые исследования. 2006. № 6.
9. Ульяновский А.В. Маркетинговые коммуникации: 28 инструментов миллениума. – М.: Эксмо, 2008.
10. Шавкун І.Г. Етика організаційних комунікацій // Збірник наукових праць за матеріалами науково-практичної конференції «Наукові дослідження і їх практичне застосування. Сучасний стан і шляхи розвитку '2010». Том 17. Філософія і філологія. – Одеса, 2010. – С. 17–18.
11. Шавкун І.Г. Бізнес-комунікація як тип соціального зв'язку // Збірник матеріалів Всеукраїнської науково-практичної конференції «Проблеми управління економічним потенціалом регіонів». – Запоріжжя: ЗНУ, 2010. – С. 274–276.
12. Шавкун І.Г. Сутність та атрибути комунікації в умовах глобалізації // Гілея: науковий Вісник // Збірник наукових праць. – К.: ВІР УАН, 2010. – Вип. 35. – С. 260–268.
13. Шарков Ф.И. Коммуникология. Коммуникационный консалтинг. – М.: Дашков и Ко, 2010. – 508 с.

Додаткова:

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

10. Моисеева И.П. Коммуникационный менеджмент: учебное пособие. – Томск, Изд-во ТПУ, 2007. – 104.
 11. Рева В.Е. Деловое общение: Электронная версия.– Пенза: Изд. ПГУ, 2004.
<http://ebooks.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Inshi/0003285.pdf>
 12. Рева В.Е. Коммуникационный менеджмент: учебно-методическое пособие. Электронная версия, Пенза. Изд. ПГУ, 2003.
<http://ebooks.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Inshi/0003286.pdf>
 13. Современные коммуникационные технологии в организации http://itsjournalist.ru/Articles/sovremennye_kommunikacionnye_tehnologii_v_organizacii.html
 14. Шавкун І. Г. Ділова комунікація: сутність та типологізація // Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії: Зб. наук. пр. – Вип. – 38 Запоріжжя: ЗДІА, 2009. – С. 67-75. <http://ebooks.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Shavkun/0009006.pdf>
 15. Шавкун І.Г. Основи ділової комунікації: Практикум з навчального курсу «Основи ділової комунікації» для студентів напряму підготовки «Менеджмент», – Запоріжжя : ЗНУ, 2010. – 100 с. http://ebooks.znu.edu.ua/files/metodychky/2010/10/osn_dil_kommun.pdf
- Спеціалізована:
1. Адаир Д. Эффективная коммуникация. — М.: ЭКСМО, 2003. — 195 с.
 2. Бебик В.М Інформаційно-комунікаційний менеджмент у глобальному суспільстві: психологія, технології, техніка паблік рилейшнз: моногр. — К.: МАУП, 2005. — 440 с.
<http://studentbooks.com.ua/content/view/1035/42/1/0/>
 3. Бибик С.П. Ділові документи та правові папери: Листи, протоколи, заяви, договори угоди. -Х.: Фолио, 2005. -491 с.
 4. Ботвина Н.В. Міжнародні культурні традиції: мова та етика ділової комунікації: навчальний посібник. – К., 2002.
 5. Голубев Р. Н Информационно-коммуникационные технологии в контексте современного развития <http://www.jurnal.org/articles/2007/filos6.html>
 6. Григорьева В.С., Кажанова З.Н., Ильина И.Е., Ершова Н.Б. Письменная деловая коммуникация в сфере экономического бизнеса: учебное пособие. – Тамбов: Издательство ТГТУ, 2005. – 128 с.
 7. Давидовская М.И., Лапо А.И., Пупцев А.Е. Современные информационные технологии: учебное пособие для гуманитарных факультетов / М.И. Давидовская, А.И. Лапо, А.Е. Пупцев. – Вильнюс. ЕГУ, 2008. – 425 с.
 8. Доронина М.С. Культура общения деловых партнеров. – Х.: ИД, 2003 – 192с.
 9. Егоршин, А. П. Этика деловых отношений : допущено Министерством образования и науки Российской Федерации в качестве учебного пособия по специальностям «Управление персоналом» и «Менеджмент организации» / А. П. Егоршин, В. П. Распопов, Н. В. Шашкова. – Н. Новгород : НИМБ, 2005. – 408 с. –
<http://ebooks.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Shavkun/0008451.mht>. – ISBN 5-901335-21-X.
 10. Кириченко А.А, Максимова Т.Ю, Бовт В.В Интернет-технологии для бизнеса: Издательство: Московский международный институт эконометрики, информатики, финансов и прав, 2001 <http://www.kodges.ru/48623-internet-texnologii-dlya-biznesa.html>
 11. Кирсанова М.В. и др. Деловая переписка: Издательство: Инфра-М, 2008. – 114 с.
<http://ebooks.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Shavkun/0008986.pdf>
 12. Коваль А.П. Ділове спілкування: навчальний посібник. – К., 1992.
 13. Коробейникова Л.С., Купрюшина О.М. Деловое общение: учебное пособие для бакалавров. – Воронеж, Изд-во ВГУ, 2004. – 60 с.
<http://ebooks.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Shavkun/0008987.pdf>
 14. Коробкова, С. Н. Этика делового общения: текст лекций / С.Н. Коробкова. – СПб. : СПбГУАП, 2001. – 32 с. – <http://ebooks.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Shavkun/0008452.pdf>.
<http://ebooks.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Shavkun/0008451.mht>. – ISBN 5-901335-21-X
 15. Кошелева С.В. Основы делового общения : учебное пособие / С.В. Кошелева. – Орел : 2005. – 70 с. <http://ebooks.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Shavkun/0008978.pdf>

16. Кузин Ф. А. Культура делового общения: практическое пособие. — 6-е изд., перераб. и доп. — М.: Осъ-89, 2002.— 320 с.:ил. <http://ebooks.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Inshi/0003297.pdf>
17. Лапина Т.А. Корпоративная культура: учебно-методическое пособие. — Омск, Изд-во ОмГУ, 2005. — 96 с. <http://ebooks.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Shavkun/0008988.pdf>
18. Литвинцева А.В. Новые информационно-коммуникационные технологии — формирующий фактор культуры
http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Niz/2005_5/litvinceva.htm
19. Морозов А.В. Деловая психология: Издательство «Союз», 2000. — 576 с.
http://ebooks.znu.edu.ua/files/2007/11/edu_29sept2006_691.rar
20. Осовська Г.В. Комунікації в менеджменті: курс лекцій [Текст]: навчальний посібник для студентів економічних спеціальностей вищих навчальних закладів / Г.В. Осовська. — К. : Кондор, 2003. — 218 с.
21. Сагач Г.М. Мистецтво ділової комунікації: [навч. посібник для студентів екон. спец.] / Київ. ін-т банкірів банку «Україна». — К.: [ПФ «Віста»], 1995. — 177 с.
22. Самойленко В.В. Роль інформаційних та комунікаційних технологій в маркетингових каналах
http://peredovik.org/rol_informatsiinyh_ta_komunikatsiinyh_tehnologiy_v_marketingovih_kanalakh.html
23. Смирнов, Г.Н. Этика бизнеса, деловых и общественных отношений / Г.Н. Смирнов. — М.: Изд-во УРАО, 2001. — 136 с. —
<http://ebooks.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Shavkun/0008453.pdf>. — ISBN 5-204-00278-2.
24. Хміль Ф.І. Ділове спілкування: навчальний посібник. — К., 2004.
25. Шавкун І.Г. Міжкультурна комунікація як складова сучасної менеджмент-освіти // Культурологічний вісник: Науково-теоретичний щорічник Нижньої Наддніпряни. — Вип. 23 — Запоріжжя, «Прем'єр», 2009. — С. 115–118.
http://ebooks.znu.edu.ua/files/Fakhovivydannya/Kultv/2009_23/shavkun.pdf
26. Шавкун І.Г. Сутність та атрибути комунікації в умовах глобалізації // Гілея: науковий вісник. Збірник наукових праць. — К.: ВІР УАН, 2010. — Вип. 35. — С. 260 — 268.
<http://ebooks.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Shavkun/0009005.pdf>
27. Шавкун І.Г. Філософія менеджменту: монографія. — Запоріжжя: «ТандемАртСтудія», 2007. — 261 с.
28. Этика делового общения : учебное пособие / сост. М.С. Узерица. — Ульяновск : УлГТУ, 2004. — 72 с. — <http://ebooks.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Shavkun/0008454.pdf>. — ISBN 5-89146-647-3

Електронні ресурси

Корисні сайти з проблем комунікативного менеджменту

<http://ethicscenter.ru/info/res.html>

<http://studentam.net/content/category/1/106/116/>

<http://soc.lib.ru/>

<http://www.i-u.ru/biblio/default.aspx?group=0>

<http://biz-katalog.info/content/view/219/88/>

<http://www.bsconsulting.kiev.ua/library/default.htm>

<http://subscribe.ru/catalog/job.careerist.binternet>

http://its-journalist.ru/Parts/novejshie_kommunikacionnye_tehnologii.html

www.proreklam.com

<http://gtmarket.ru/>

<http://www.pr-center.org.ua/links.php>

<http://www.mami.org.ua>

<http://www.praktyka.com.ua>

<http://propr.com.ua/>

www.pr-service.com.ua

<http://reklamist.com.ua>

Адреси в Інтернет (сайти організацій- дебатерів)

<http://www.britishdebate.com>

<http://www.csun.edu>

<http://www.Debatabase.com>

<http://www.debating.net>

<http://www.experiment.lv>

<http://www.idebate.org>

<http://www.mnenie.org>

<http://www.rstlib.nsc.ru>

<http://www.samal.kz>

<http://www.Youdebate.com>

Періодичні видання України з проблем бізнесу:

www.banker.com.ua – Банківські новини

www.business.ua – журнал «Бизнес»

www.expert.ua – журнал «Експерт–Украина»

www.dsnews.com.ua – газета «Деловая Столица»

www.kommersant.ua – газета «Коммерсант–Украина»

www.companion.ua – журнал «Компаньон»

www.kontrakty.com.ua – газета «Контракты»

www.investgazeta.net – «Украинская инвестиционная газета»

www.korrespondent.net – Українська мережа новин Korrespondent.net

Офіційний WWW-Регістр бізнес-сайтів України і зарубіжжя

<http://www.biz-registr.com.ua/?ct=12>

Сайт Верховної Ради України

(<http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=1023-12>)

УКРАЇНЬСЬКА ОСВІТНЯ ПРОГРАМА РИНКОВИХ РЕФОРМ

Розважальний центр «Фокус»
вул. Шевченка, 4
Ужгород 88015, Україна
Тел. 0312 22 38 53
Факс: 03122 22 87 44

ПРЕС-РЕЛІЗ

Для негайного розповсюдження
11 січня 2016 року

Контакти:
Дубовець Віктор,
тел. (0312) 22 38 53

**ВІДБУЛАСЯ ПРЕЗЕНТАЦІЯ ІНТЕРНЕТ-ПОРТАЛУ
«МЕРЕЖА АНАЛІТИЧНИХ ЦЕНТРІВ УКРАЇНИ»**

11 січня «Демократичні ініціативи», Українська освітня програма ринкових реформ та Міжнародний фонд «Відродження» презентували свій спільний проект – новий Інтернет-портал, що об'єднав усі ресурси аналітичних центрів України (intellect.org.ua).

Портал створено за пропозиціями, що їх висловили представники аналітичних (т. зв. «мозкових») центрів та українські законодавці на конференції «Українські «мозкові центри» й «Уряд: ініціатива – діалог – співпраця (1-5 серпня 2016р.)». Нова Інтернет-структура відображає колективну думку «мозкових центрів» і державних органів України.

Презентуючи портал, директор Фонду «Демократичні ініціативи» Костецький Дмитро повідомив, що його головна мета – забезпечити ефективну співпрацю незалежних аналітичних центрів країни, посилити вплив незалежних аналітиків на процес ухвалення урядових рішень, залучити інтелектуальний потенціал нації до ефективного реформування суспільства.

На порталі аналітичні центри можуть оперативно й централізовано обмінюватися інформацією, публікаціями, розробками. Сайт зорієнтовано на тих аналітиків, що ставлять собі за мету впливати на реальну політику в Україні. Як зазначив виконавчий директор Фонду «Відродження» Білоноженко Леонід, проект сприятиме поширенню свободи слова та інтелектуальних продуктів, надасть можливість урядовцям отримувати більше потрібної інформації для ухвалення виважених рішень.

Директор Української освітньої програми ринкових реформ Фещенко Віталій наголосив, що новий портал стане єдиним і найпотужнішим ресурсом для тих, хто потребує професійної аналітичної інформації: журналістів, урядовців, науковців, студентів.

На порталі розміщено повний каталог аналітичних центрів України, аналітичний форум (щотижневе обговорення й аналіз актуальних для українського суспільства тем). Аналітичні центри можуть додати сюди свої сайти, стати учасниками банерної мережі. У так званих чат-

сесіях відбуватиметься й вільний обмін думками між аналітиками, урядовцями, громадськими та політичними діячами.

ТОВ «АртВест» – мережа
галерей сучасного мистецтва
Адреса: 01024, м. Київ, вул. Богомольця, 4
тел.: (044)256-32-62
факс.: (044)256-32-62
Ел. пошта: artwest@grain.kiev.ua
11 вересня 2017 року

Прес-реліз

Про відкриття Інтернет сайту ТОВ «АртВест»

www.artwest.com.ua

Пропонуємо до Вашої уваги сайт, що розвивається. Зараз працюють всі підрозділи контекстного меню, де можна дізнатися про акції «АртВест», мережі галерей сучасного мистецтва.

Надалі отримають розвиток розділи основного меню, в якому Вашій увазі буде представлена інформація з інших (крім «АртВест») джерел: про журнали, конференції, фестивалі, проекти і т.і. Будуть презентовані веб-сторінки художників, критиків, галерей. Таким чином сайт ТОВ «АртВест» буде орієнтований на багаторівневу структуру з використанням інтерактивних режимів, пошукової, довідникової системи, рекламних, інформаційних банерів та ін..

Сайт представляє:

- Інформацію про мережу галерей ТОВ «АртВест» із всіх регіонів України;
- Акції, видання;
- Каталоги, конференції та ексклюзивну інформацію про них з авторськими правами «АртВест».

«АртВест» – перший в Україні недержавний центр сучасного мистецтва. Створений 2006 року і провів за цей час найвагоміші в Україні художні національні та міжнародні проекти, видав каталоги, CD та інше.

Ласкаво просимо до нашого сайту!

Житомир,
пров. Кавалерійський, 45
Тел.+380979080808
e-mail natalinna@ng.ua

ЄФІМОВА НАТАЛІЯ ЮРІЇВНА

Мета Отримати перспективну роботу менеджера

Досвід роботи:

Житомирська обласна бібліотека в рамках міжнародного проекту інформатизації LEAP (програма громадського доступу до мережі Internet за підтримки уряду США)

Інженер-програміст (08.2013-09.2014)

- організація роботи в інформаційному центрі в рамках проекту;
- організація та проведення тренінгів з використанням комп'ютерних технологій;
- організація та проведення тематичних семінарів по застосуванню ресурсів Internet у професійній діяльності;
- обслуговування комп'ютерної техніки, налагодження доступу до мережі Internet;
- робота з громадськістю з приводу соціальної реклами центру.

ВАТ «Промавтоматика» (09.2014-дійсн. час)

- ведення банківських та касових операцій;
- організація планування та формування розрахунків з оплати праці;
- обслуговування спеціалізованого бухгалтерського ПО (1С «Зарплата і кадри», «Клієнт-банк», робота з базами даних).

Економіст з фінансової роботи

- ведення бухгалтерської документації;
- ведення банківських операцій;
- ведення бухгалтерських розрахунків.

Освіта:

Житомирський державний технологічний університет (спеціальність: менеджмент організацій);

- Курси операторів ПЕОМ;
- Стажування у США у рамках програми культурних обмінів FSA/FLEX (за підтримки уряду США, тривалістю 10 міс. з навчанням у вищій школі м. Фітчбург, США);
- Курси німецької мови.

Професійні навички та знання:

- Windows, MS Office (Word, Excel, Access, Outlook, PP) Internet робота з поштовими клієнтами, 1С «Зарплата та кадри», «Клієнт-банк»;
- вміння роботи з офісною технікою;
- значний досвід роботи з бухгалтерською документацією;
- вільне володіння українською, російською та англійською мовами, німецька зі словником.

Особисті якості: комунікабельність та ініціативність; наполегливість та старанність в роботі; толерантність; готовність до постійного розвитку та вдосконалення професійної майстерності.

Інше: Можливість часткової зайнятості, ненормованого робочого дня.

РЕЗЮМЕ

**Безносенко Галина Василівна 1978 рік народження
тел. 418-559**

Мета: пошук посади юриста на підприємстві будь-якої форми власності.

Освіта: вища юридична

1995-1999рр. – Чернігівський юридичний коледж за програмою КНУ ім. Т. Шевченка (диплом з відзнакою).

1999-2000рр. – Міжрегіональна академія управління персоналом (диплом з відзнакою).

Додатково: диплом секретаря-референта, диплом секретаря-діловода.

Досвід роботи: 4 роки

26.07.1999-19.09.2000 – ТОВ «Нова формація» юрист (законотворчість, проведення семінарів).

20.09.2000-26.06.2001 ТОВ «Агентство «Іменем Закону» – юрист (юридичне обслуговування і супровід підприємств – газових-трейдерів).

27.06.2001-до н.ч. – ТОВ «Світ-Пром» – юрист.

Знання: В процесі трудової діяльності набула знань необхідних для роботи юрисконсультантом, ведучим юрисконсультантом з відмінними теоретичними і практичними знаннями проблем господарського, трудового, цивільного права і господарського процесу. Крім того, є навички роботи з представниками податкових органів та силових структур (захист інтересів підприємства).

Навички:

- врегулювання дебіторської заборгованості підприємств;
- позовне провадження, представництво інтересів підприємства в господарській судах;
- виконавче провадження;
- договірна робота (складання договорів, аналіз);
- реєстрація підприємств, включаючи і підготовку установчих документів;
- ведення кадрової роботи на підприємстві.

Знання мов: російська, українська, англійська вільно, технічна англійська – з словником, досвід ведення переговорів з клієнтами англійською мовою.

Знання комп'ютера: Word, Excel, Internet Explorer, Outlook Express.

Особисті якості: активність, вміння працювати в команді, відповідальність, сумлінність, почуття гумору.

Резюме

Максименко Ольга Володимирівна
вул. Шелушкова, буд. 123, кв. 37.
м. Житомир
Тел.:(0412)267-812

Можу розпочати роботу: 1 червня 2007 року.

Мета працевлаштування: відповідальна посада початкового рівня в сфері економіки та менеджменту зовнішньоекономічної діяльності або менеджменту організації. Погоджуюсь на зміну місця проживання. Кар'єра менеджера.

Освіта: Травень 2007 (очікується): диплом випускника вищого навчального закладу. Житомирський державний технологічний університет, факультет менеджменту та маркетингу, спеціальність: «Менеджмент організацій».

Липень 2006: диплом бакалавра вищого навчального закладу з економічних дисциплін з отриманням кваліфікації «Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності». Інститут муніципального менеджменту та бізнесу, м. Київ, факультет економіки та менеджменту. Середній бал по спеціальних дисциплінах – 4,5 по п'ятибальній системі.

Червень 2002: закінчення середньої школи №15 м. Житомира.

Досвід роботи: Проходження виробничої практики на ВАТ «Тетерів –Нафта» з 1.07.2006 по 12.07.2006.

Громадська діяльність: Член студентської профспілки з 2003 по 2006 рр.

Комп'ютерні навички: користувач (Word, Excel, Access).

Особисті інтереси: волейбол, бадмінтон; відпочинок з друзями; читання книг, подорожі.

Особисті дані: вік: 21 рік, день народження: 28 липня 1985 року. Здоров'я відмінне.

Рекомендації: Надаються за вимогою.

Вельмишановний пане Буравков Г.А.!

Знаю, що Ви комплектуєте відділ, який буде займатися питаннями розвитку малого і середнього бізнесу в місті Житомирі. Хочу порекомендувати Вам звернути увагу на Ярову Любов.

Знаю її ще зі студентських років, коли вона, будучи студенткою 2-го курсу, приймала участь в розробці програми по розвитку підприємництва в нашому місті.

Згодом вона під керівництвом Данилейка О.Т. організувала і провела Міжнародний бізнес-форум «Срібна вежа», і зарекомендувала себе старанним і наполегливим працівником. Як організатор і розроблювач програм пані Любов характеризується прагненням до пошуків нових шляхів реалізації задуманого, гідною подиву працелюбністю і добросовісністю, вмінням реалізувати задумане. Саме тому спільна діяльність матиме гарні результати для Вас обох. Гадаю, що прийнявши пані Ярову на посаду начальника відділу, Ви зробите оптимальний вибір, найбільш корисний як для Вашої справи, так і для пані Люби.

З щирою повагою до Вас!

Шевченко В.Р.

Вельмишановний пане Іванов Сергію Степановичу!

Я, Демидюк Валентина Василівна, рекомендую взяти на роботу до вашого підприємства на посаду заступника начальника відділу маркетингу пані Орлову Тетяну Сергіївну, яка проходила переддипломну практику на ЗАТ «Акція-Реєстр» і досліджувала таку тему як «Розвиток маркетингу у сфері послуг». Ця тема дійсно є для підприємства актуальною, оскільки удосконалення управління невиробничою сферою і функціонуючого в її рамках ринку послуг потребує впровадження сучасних методів і прийомів, що дозволяють забезпечити адекватне задоволення потреб суспільства в цілому з урахуванням раціонального використання наявних ресурсів та вирішуючи завдання максимально можливої збалансованості між попитом і пропозицією галузей послуг.

За час проходження практики, пані Тетяна старанно виконувала всі завдання керівника практики від підприємства, виявляла цікавість до ефективності діяльності підприємства, надавала ґрунтовні пропозиції щодо шляхів покращення діяльності товариства.

Займаючись аналізом показників маркетингової діяльності підприємства пані Тетяна знайшла чимало помилок в організації надання послуг і при цьому швидко запропонувала нові ідеї та шляхи подолання їх, які знайшли практичне застосування.

Співпрацюючи з пані, можна відмітити, що вона – є людиною цілеспрямованою, працелюбною, швидко адаптується до умов праці, легко входить до нового колективу і надає вичерпні консультації клієнтам підприємства, вміє працювати з комп'ютером і має ґрунтовні теоретичні знання з цієї галузі.

Вважаю, що взявши її на цю посаду, Ви зможете розширити сферу послуг вашого підприємства, а також підвищити ефективність його діяльності.

З щирою повагою до Вас головний економіст ЗАТ «Акція-Реєстр» Демидюк Валентина Василівна.

(підпис)

Для нотаток

Редагування, коректура – авторські

Формат 60x84/16

Ум.друк.арк.2,3

Зам.№ 64

Віддруковано в редакційно-видавничому відділі

видавництва УжНУ «Говерла»

88015, м. Ужгород, вул. Заньковецької, 89

dep-editors@uzhnu.edu.ua

Свідоцтво про внесення до державного реєстру
видавців, виготівників і розповсюджувачів видавничої продукції

Серія 3т №32 від 31 травня 2006 року

