**Анотація дисципліни**

**«КОМУНІКАТИВНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ»**

В останній час світ бурхливо переживає черговий бум – зсунення акцентів з комунікаційної і інформаційно-пошукової функції глобальної комп’ютерної мережі Інтернет на ведення з її допомогою сучасного бізнесу. Комунікаційні технології змінюють саму сутність бізнес-моделей – базових процесів створення продуктів і послуг виробниками та надання їх кінцевим споживачам. Будь-яка ділова активність, що використовує можливості глобальної інформаційної мережі для модифікації внутрішніх і зовнішніх зв’язків фірми з метою створення прибутку охоплюється поняттям електронний бізнес та електронна комерція. Виникла і швидко розвивається специфічна сфера економіки – інформаційна, яка перетворилася на спеціальну сферу масового прикладення праці. За масштабами зайнятості, обсягами асигнувань ця сфера порівнянна з найбільшими галузями матеріального виробництва. Досвід показує, що в цьому випадку ми маємо справу з вельми специфічною сферою господарської практики, незвичною і несхожою на все те, з чим стикалося людство в своїй історії. Вона швидко ускладнюється технологічно та організаційно, отже, емпіричні підходи й суто практичні рішення з удосконалення управління нею стають усе більш односторонніми та неефективними.

Програма вивчення нормативної навчальної дисципліни «Комунікативний менеджмент» складена відповідно до освітньо-професійної програми галузі знань 07 «Управління та адміністрування» напряму підготовки 073 «Менеджмент».

Предметом навчальної дисципліни є форми ділової комунікації.

Міждисциплінарні зв’язки: навчальна дисципліна належить до циклу нормативних дисциплін підготовки фахівців. Місце дисципліни у структурно-логічній схемі навчального плану – є самостійною дисципліною, що виникає безпосередньо на стиках таких навчальних дисциплін, як «Психологія», «Соціологія», «Право», «Діловодство. Організація роботи з документами».

Метою викладання навчальної дисципліни є опанування студентами знань щодо різних форм ділової комунікації, необхідних для професійної діяльності в царині менеджменту, задля досягнення конструктивного результату при діловій взаємодії та забезпечення розвитку комунікативної компетентності фахівця шляхом зваженого аналізу ділових ситуацій і ефективного впливу на них в умовах інформаційного суспільства.

Основне завдання вивчення дисципліни полягає в тому, щоб на основі комплексного підходу дати системне уявлення про ділову комунікацію і методологію комунікативного менеджменту. Для цього необхідно засвоїти понятійно-категоріальний апарат дисципліни, опанувати структуру, функції, види і форми ділової комунікації, сформувати знання щодо концептуальних засад і стратегії комунікативного менеджменту.

Згідно з вимогами освітньо-професійної програми студенти повинні:

знати :

особливості ділової комунікації, функції, засоби, види, форми ділової комунікації;

основні механізми, ефекти і закономірності сприйняття партнера по спілкуванню;

способи і форми формування ділового іміджу;

чинники, що детермінують поведінку людини в процесі професійного спілкування;

вербальні і невербальні засоби спілкування;

особливості спеціальних форм ділових комунікацій: ділової бесіди, телефонного контакту, співбесіди при наймі на роботу, наради, дискусії, ділового спору, тощо;

способи і форми організації групи для ефективної колективної комунікації;

сучасні комунікативні технології при здійсненні ділової комунікації, основні напрями використання мережі Інтернет у бізнес-комунікаціях;

механізми і прийоми впливу в процесі ділового спілкування;

сутність поняття і причини конфлікту, способи управління конфліктом і основні стратегії поведінки в конфлікті;

основні етичні норми і принципи ділової комунікації, правила ділового етикету в діловій взаємодії;

міжкультурні особливості в діловому спілкуванні і взаємодії;

концептуальні основи і стратегії комунікативного менеджменту;

вміти:

користуватися вербальними і невербальними засобами спілкування, а також розпізнавати наміри партнерів, що користуються цими засобами;

застосовувати сучасні комунікаційні технології для забезпечення ефективної ділової комунікації;

використовувати Internet як засіб комунікації, джерело довідкової інформації, засіб реклами і маркетингу при здійсненні бізнес-комунікацій;

об'єктивно сприймати співрозмовника при спілкуванні і прогнозувати результат комунікації;

вступати в контакт і встановлювати доброзичливу атмосферу під час комунікації з бізнес-партнерами;

здійснювати переговори, ділову розмову, ділову бесіду, співбесіду при наймі на роботу, нараду, дискусію, ділові наради, диспути, спори презентації;

організовувати групи для ефективної колективної комунікації;

використовувати ефективні прийоми поведінки в процесі комунікації з урахуванням правил етики бізнесу та ділового етикету;

вирішувати конфлікти в діловому спілкуванні і долати комунікативні бар'єри;

управляти емоційним станом у процесі ділової комунікації;

володіти теоретичними основами і технологіями управління соціальними зв'язками і відносинами, що відбивають інтереси, цінності, якість життя різних соціальних шарів і груп;

орієнтуватися в теоретичних концепціях сучасного комунікативного менеджменту і уміти застосовувати їхні алгоритми в реальному управлінні.