

**ДЕРЖАВНИЙ ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД
«УЖГОРОДСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ»
ЕКОНОМІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ
КАФЕДРА ФІНАНСІВ І БАНКІВСЬКОЇ СПРАВИ**

КОМУНІКАТИВНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ У ФІНАНСОВІЙ СФЕРІ

**Методичні рекомендації до вивчення навчальної дисципліни
для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти
спеціальності «Фінанси, банківська справа і страхування»,
спеціалізації «Фінанси і кредит»**

УДК 336.1(076):316.28

3-36

Методичні рекомендації до вивчення навчальної дисципліни «Комунікативний менеджмент у фінансовій сфері» для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти спеціальності «Фінанси, банківська справа і страхування», спеціалізації «Фінанси і кредит» // Укладач: к.е.н. О. І. Заславська. – ДВНЗ «УжНУ», 2020. – 22 с.

Відповідальний за випуск:

Варцаба Віра Іванівна – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри фінансів і банківської справи ДВНЗ «Ужгородський національний університет».

Укладач:

Заславська Ольга Ігорівна – к.е.н., доцент кафедри фінансів і банківської справи ДВНЗ «Ужгородський національний університет».

Рецензент:

Огородник Валерія Олегівна – к.е.н., доцент, доцент кафедри фінансів і банківської справи.

Затверджено та рекомендовано до використання у навчальному процесі на засіданні кафедри фінансів і банківської справи ДВНЗ «Ужгородський національний університет» протокол № 4 від 20.11.2020 р.

Схвалено науково-методичною комісією економічного факультету ДВНЗ «УжНУ», протокол № 10 від 25.11.2020 р.

ЗМІСТ

Анотація	4
Очікувані результати навчання	5
Програма навчальної дисципліни	6
Навчально-тематичний план дисципліни	8
Плани семінарських занять	10
Завдання для перевірки знань	11
Критерії оцінювання результатів навчання	18
Перелік питань для підсумкового контролю	20
Рекомендована література	21

АНОТАЦІЯ

Навчальна дисципліна *«Комунікативний менеджмент у фінансовій сфері»* належить до циклу вибіркових дисциплін підготовки здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти спеціальності 072 «Фінанси, банківська справа та страхування», спеціалізації «Фінанси і кредит».

Метою дисципліни є набуття студентами теоретичних знань з питань комунікацій в менеджменті, оволодіння практичними навичками організації ділових зустрічей, ведення переговорів, службового спілкування, вмінням формувати імідж організації та ділової людини загалом та у фінансовій сфері, зокрема.

Завданням вивчення дисципліни є оволодіння знаннями з концепції комунікативного менеджменту та навичками використання методів вербального, невербального спілкування в управлінській діяльності. Створення позитивного іміджу управлінця для забезпечення високого рівня професійності на основі прийняття ефективних управлінських рішень. Завдання навчальної дисципліни полягає в тому, щоб на основі комплексного підходу дати системне уявлення про ділову комунікацію і методологію комунікативного менеджменту у фінансовій сфері. Для цього необхідно засвоїти понятійно-категоріальний апарат дисципліни, опанувати структуру, функції, види і форми ділової комунікації, сформувані знання щодо концептуальних засад і стратегії комунікативного менеджменту.

Предметом навчальної дисципліни є ділові відносини у фінансовій сфері, єуправління ними, маніпуляції у спілкуванні та управління конфліктами.

У результаті вивчення дисципліни студенти повинні

знати:

- основні методи і технології комунікативного менеджменту;
- складові комунікативного процесу.
- особливості вербального спілкування та прийоми невербальної комунікації
- форми ділової комунікації.
- складові ділової компетентності менеджера з комунікацій
- варіанти поведінки у конфліктних ситуаціях.
- основи забезпечення комунікативного процесу в організації.
- правила культури та етикету бізнес-спілкування.

вміти:

- приймати управлінські рішення з метою підвищення комунікаційної ефективності установи;
- розробляти стратегію установи в сфері комунікативного менеджменту;
- орієнтуватися в теоретичних концепціях сучасного комунікативного менеджменту й уміти застосовувати їхні алгоритми в реальному управлінні;
- аналізувати процеси, що відбуваються у комунікативному просторі;
- планувати роботу у сфері комунікативного менеджменту;
- оцінювати ефекти застосування форм комунікативного менеджменту;
- розробляти рекомендації, які допоможуть вирішити складні задачі, що постають перед керівниками в різних сферах комунікаційної діяльності.

ОЧІКУВАНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ

Відповідно до освітньої програми, вивчення дисципліни сприяє формуванню у здобувачів вищої освіти таких *компетентностей*:

- ІК. Здатність розв'язувати складні задачі і проблеми у професійній, управлінській діяльності або у процесі навчання у сфері фінансів, банківської справи та страхування, що передбачає проведення досліджень та/або здійснення інновацій та характеризується невизначеністю умов і вимог.
- ЗК4. Вміння виявляти, ставити та вирішувати проблеми.
- ЗК5. Здатність приймати обґрунтовані рішення.
- ЗК6. Навички міжособистісної взаємодії.
- ЗК7. Здатність мотивувати людей та рухатися до спільної мети.
- ЗК9. Здатність діяти на основі етичних міркувань (мотивів).
- ФК03. Здатність застосовувати управлінські навички у сфері фінансів, банківської справи та страхування.
- ФК05. Здатність оцінювати межі власної фахової компетентності та підвищувати професійну кваліфікацію.
- ФК06. Здатність застосовувати міждисциплінарні підходи при розв'язанні складних задач і проблем у сфері фінансів, банківської справи та страхування.
- ФК07. Здатність до пошуку, використання та інтерпретації інформації, необхідної для вирішення професійних і наукових завдань в сфері фінансів, банківської справи та страхування.

Очікувані результати навчання, які повинні бути досягнуті здобувачами освіти після опанування навчальної дисципліни «*Комунікативний менеджмент у фінансовій сфері*»:

Програмні результати навчання	Шифр ПРН
Відшуковувати, обробляти, систематизувати та аналізувати інформацію, необхідну для вирішення професійних та наукових завдань в сфері фінансів, банківської справи та страхування	ПР04
Доступно і аргументовано представляти результати досліджень усно і письмово, брати участь у фахових дискусіях	ПР06
Вирішувати етичні дилеми з опорою на норми закону, етичні принципи та загальнолюдські цінності	ПР07
Застосовувати управлінські навички у сфері фінансів, банківської справи та страхування	ПР09
Обґрунтувати вибір варіантів управлінських рішень у сфері фінансів, банківської справи та страхування та оцінювати їх ефективність з урахуванням цілей, наявних обмежень, законодавчих та етичних аспектів	ПР12
Презентувати результати власних досліджень зокрема, шляхом підготовки наукових публікацій і виступів на наукових заходах	ПР15
Вміти обґрунтовувати напрями удосконалення фінансової, кредитної, монетарної та інвестиційної політики	ПР17
Проводити дослідження, генерувати нові ідеї, здійснювати інноваційну діяльність	ПР18

Передумовами вивчення навчальної дисципліни *«Комунікативний менеджмент у фінансовій сфері»* є опанування таких навчальних дисциплін першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю 072 «Фінанси, банківська справа та страхування» галузі знань 07 «Управління і адміністрування»: «Менеджмент», «Паблік рилейшинз», «Маркетинг», «Соціальна відповідальність та корпоративна культура», «Етика бізнесу».

Навчально-методичні матеріали містять програму навчального курсу, плани семінарських занять, ситуаційні завдання, питання для підготовки до заліку, перелік рекомендованої літератури.

ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Змістовий модуль 1. Теоретичні основи комунікативного менеджменту

Тема 1. Сутність комунікації та її роль в управлінні.

Сутність та призначення комунікації. Цілі та функції комунікації. Види комунікації в організаціях. Вербальна та невербальна комунікація. Система вертикальних комунікацій в організації. Міжособистісні та організаційні комунікації. Стили та стратегії міжособистісних комунікацій. Комунікація як процес. Етапи комунікаційного процесу обміну інформацією. Підходи до підвищення ефективності комунікаційних процесів в організації.

Тема 2. Концептуальні основи комунікативного менеджменту.

Сутність та функції комунікативного менеджменту. Роль менеджера з комунікацій. Професійні вимоги до менеджера. Особистісні вимоги до менеджера. Ділові вимоги до менеджера. Механізм комунікативного менеджменту в організації. Типи комунікаційних мереж в організаціях. Схеми побудови комунікацій в організаціях. Централізовані комунікаційні мережі. Децентралізовані комунікаційні мережі.

Тема 3. Комунікативний аспект спілкування.

Спілкування як важлива соціально-психологічна категорія. Ключові аспекти міжособистісного спілкування. Основні функції міжособистісного спілкування. Характеристика основних стилів спілкування. Видів спілкування та їхня характеристика. Способи маніпулювання в міжособистісному спілкуванні та основні методи захисту від нього. Специфіка ділового спілкування. Етапи ділового спілкування. Основні типи комунікабельності. Типи поведінки співрозмовників у процесі спілкування.

Тема 4. Управління репутацією як актуальний тренд комунікативного менеджменту.

Репутація установи як елемент комунікативного менеджменту, її елементи та функції. Корпоративна індивідуальність, імідж і репутація. Функції репутації. Системні складові репутації установи за групами цільової громадськості. Репутаційні ризики фінансової установи та фактори їх

виникнення. Категорії ризику репутації фінансових установ. Основні внутрішні та зовнішні чинники виникнення та посилення репутаційного ризику фінансової установи. Заходи забезпечення репутаційної безпеки фінансової установи. Цілі репутаційної політики.

Змістовий модуль 2. Технології комунікативного менеджменту у фінансовій сфері

Тема 5. Комунікаційна політика у фінансових установах.

Поняття та принципи комунікаційної політики. Цілі та завдання комунікаційної політики. Процес розробки політики маркетингової комунікації. Визначення цільової аудиторії. Визначення конкретних цілей комунікаційної політики. Вибір інструментів комунікаційного впливу. Вибір і підготовка комунікаційного звернення. Розробка детального плану комунікаційної політики. Розробка бюджету комунікаційної політики. Способи маркетингових комунікацій. Інституційні основи комунікаційної політики.

Тема 6. Система внутрішніх і зовнішніх комунікацій організації у фінансовій сфері.

Взаємодія з групами цільової громадськості у фінансовій сфері. Взаємодія з клієнтами. Взаємини із засобами масової інформації. Взаємовідносини з органами державної влади та місцевими громадами. Взаємини з фінансовими колами. Взаємини із внутрішньою громадськістю. Взаємовідносини з акціонерами. Взаємовідносини з інвесторами. Характеристика інструментів комунікаційної політики. Призначення та мета впливу інструментів комунікаційної політики на об'єкт комунікації.

Тема 7. Антикризові комунікації в управлінні фінансовими установами.

Поняття та принципи антикризових комунікацій у фінансових установах. Основні складові антикризової комунікаційної програми. Антикризові комунікаційні стратегії. Канали комунікації у системі антикризової стратегії установи. Особливості антикризової комунікації фінансових установ із цільовими аудиторіями. Помилки у реалізації антикризової комунікаційної стратегії.

Тема 8. Інтернет-технології в комунікаційній політиці фінансових установ.

Інтернет-інструменти в комунікаційній політиці фінансових установ. Сайт установи як ефективний канал комунікацій. Управління взаємовідносин зі споживачами послуг фінансових установ у мережі Інтернет. Маркетинг в соціальних мережах. Управління відносинами з клієнтами як маркетингова концепція партнерських відносин. Маркетингові дослідження фінансового ринку.

НАВЧАЛЬНО-ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН ДИСЦИПЛІНИ

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин											
	денна форма						заочна форма					
	усього	у тому числі					усього	у тому числі				
		лекції	практичні (семінарські)	лабораторні	індивідуальна робота	самостійна робота		лекції	практичні (семінарські)	лабораторні	індивідуальна робота	самостійна робота
Модуль 1												
Тема 1. Сутність комунікації та її роль в управлінні	13	4	2	—	—	7	10	1	1	—	—	8
Тема 2. Концептуальні основи комунікативного менеджменту	10	2	1	—	—	7	11	1	—	—	—	10
Тема 3. Комунікативний аспект спілкування	11	2	2	—	—	7	12	1	1	—	—	10
Тема 4. Управління репутацією як актуальний тренд комунікативного менеджменту	9	2	1	—	—	6	11	1	—	—	—	10
Модульна контрольна робота	2	—	2	—	—	—	—	—	—	—	—	—
Разом модуль	45	10	8	—	—	27	44	4	2	—	—	38

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин											
	денна форма						заочна форма					
	усього	у тому числі					усього	у тому числі				
		лекції	практичні (семінарські)	лабораторні	індивідуальна робота	самостійна робота		лекції	практичні (семінарські)	лабораторні	індивідуальна робота	самостійна робота
Модуль 2												
Тема 5. Комунікаційна політика у фінансових установах	13	4	2	—	—	7	12	1	1	—	—	10
Тема 6. Система внутрішніх і зовнішніх комунікацій організації у фінансовій сфері	11	2	2	—	—	7	12	1	1	—	—	10
Тема 7. Антикризові комунікації в управлінні фінансовими установами	10	2	1	—	—	7	11	1	—	—	—	10
Тема 8. Інтернет-технології в комунікаційній політиці фінансових установ	9	2	1	—	—	6	11	1	—	—	—	10
Модульна контрольна робота	2	—	2	—	—	—	—	—	—	—	—	—
Разом модуль	45	10	8	—	—	27	46	4	2	—	—	40
Разом за семестр	90	20	16	—	—	54	90	8	4	—	—	78

ПЛАНІ СЕМІНАРСЬКИХ ЗАНЯТЬ

Змістовий модуль 1. Теоретичні основи комунікативного менеджменту

Тема 1. Сутність комунікації та її роль в управлінні.

1. Сутність та призначення комунікації.
2. Види комунікації в організаціях.
3. Стилi та стратегії міжособистісних комунікацій.
4. Комунікація як процес. Етапи комунікаційного процесу обміну інформацією.

Тема 2. Концептуальні основи комунікативного менеджменту.

1. Сутність комунікативного менеджменту. Роль менеджера з комунікацій.
2. Механізм комунікативного менеджменту в організації.
3. Типи комунікаційних мереж в організаціях.

Тема 3. Комунікативний аспект спілкування.

1. Спілкування як важлива соціально-психологічна категорія.
2. Характеристика основних стилів спілкування.
3. Специфіка ділового спілкування.

Тема 4. Управління репутацією як актуальний тренд комунікативного менеджменту.

1. Репутація установи як елемент комунікативного менеджменту.
2. Репутаційні ризики фінансової установи та фактори їх виникнення.
3. Заходи забезпечення репутаційної безпеки фінансової установи.

Змістовий модуль 2. Технології комунікативного менеджменту у фінансовій сфері

Тема 5. Комунікаційна політика у фінансових установах.

1. Поняття та принципи комунікаційної політики.
2. Процес розробки політики маркетингової комунікації.
3. Інституційні основи комунікаційної політики.

Тема 6. Система внутрішніх і зовнішніх комунікацій організації у фінансовій сфері.

1. Взаємодія з групами цільової громадськості у фінансовій сфері.
2. Характеристика інструментів комунікаційної політики.

Тема 7. Антикризові комунікації в управлінні фінансовими установами.

1. Поняття та принципи антикризових комунікацій у фінансових установах.
2. Антикризові комунікації фінансових установ із цільовими аудиторіями.

Тема 8. Інтернет-технології в комунікаційній політиці фінансових установ.

1. Інтернет-інструменти в комунікаційній політиці фінансових установ.
2. Сайт установи як ефективний канал комунікацій.
3. Управління взаємовідносинами зі споживачами фінансових послуг у мережі Інтернет.
4. Маркетинг в соціальних мережах.

ЗАВДАННЯ ДЛЯ ПЕРЕВІРКИ ЗНАНЬ

Ситуаційні завдання

Завдання 1. У банку відбулася нарада, в якій брали участь менеджери відділів одного рівня. Під час підготовки до неї стриманий менеджер А використовував офіційну інформацію, закріплену в документах. Емоційний менеджер Б користувався загальними відомостями з відділу, отриманими від працівників. Безпосередньо перед виступом менеджери разом обговорили деякі питання. Менеджер Б, який не застосовував у доповіді професійних понять і термінів, але наводив приклади з практики, отримав вищу оцінку аудиторії, ніж менеджер А, котрий оперував професійними термінами.

Сформулюйте висновок, відповідаючи на такі запитання:

- 1) Які канали інформаційного забезпечення використовували менеджери?
- 2) Визначте джерело, комунікаційний канал, одержувача та перешкоди у формах отримання інформації.
- 3) Обґрунтуйте перевагу менеджера А над менеджером Б.
- 4) Чи мають місце невербальні перешкоди? Які ще чинники могли б заважати сприйняттю інформації?

Завдання 2. У страховій компанії спостерігається тенденція до різкого зменшення обсягу продаж страхових полісів з приводу страхування майна. Під час обговорення на засіданні правління висунули такі пропозиції щодо виходу з кризової ситуації:

- підвищити якість надання послуги, до вищого рівня, ніж у конкурентів;
- збільшити мережу страхових агентів та зменшити вартість фінансової послуги;
- скоротити види страхових послуг, що надаються, виключивши з їхнього переліку нерентабельні та малорентабельні.

Сформулюйте висновок, відповідаючи на таке запитання: яку первинну інформацію варто мати, щоб прийняти правильне рішення на засіданні правління?

Завдання 3. Визначення рівня комунікабельності.

За допомогою тестового завдання перевірити власний рівень комунікабельності. Зробити висновки.

Вам потрібно дати відповіді на всі нижче подані запитання. Вільно виражайте свою думку на кожне запитання: якщо ваша відповідь на запитання позитивна, то помітьте його знаком «+», якщо не згідні, знаком «-».

Питання:

1. Чи багато у вас друзів, з якими ви постійно спілкуєтесь?
2. Чи довго вас хвилює почуття образи, спричинене вам ким-небудь з ваших товаришів?
3. Чи легко ви знайомитесь з різними людьми?
4. Чи вам приємніше і простіше проводити час із книгами чи мати інше

заняття, ніж спілкуватися з людьми?

5. Чи легко ви встановлюєте контакт з людьми, які значно старші за віком?
6. Чи важко вам включатися в нові для вас компанії?
7. Чи легко вам вдається встановити контакт із незнайомими людьми?
8. Чи важко вам освоїтися у новому колективі?
9. Чи прагнете ви при нагоді познайомитися і побалакати з новою людиною?
10. Чи дратують вас навколишні люди і чи часто хочеться вам побути наодинці?
11. Чи подобається вам постійно знаходитися серед людей?
12. Чи з'являються у вас почуття вагання, незручності чи сором'язливості, якщо приходиться проявляти ініціативу, щоб познайомитися з новою людиною?
13. Чи любите ви брати участь у колективних забавах?
14. Чи відчуваєте ви себе невпевнено серед малознайомих вам людей?
15. Чи припускаєте ви, що можете внести позитивний внесок у малознайому для вас компанію?
16. Чи прагнете ви обмежити коло своїх знайомих?
17. Чи відчуваєте ви себе невимушено, коли потрапляєте у незнайому вам компанію?
18. Чи відчуваєте ви себе досить впевненим і спокійним, коли необхідно говорити про щось великій групі людей?
19. Чи маєте ви багато друзів?
20. Чи часто ви є центром уваги своїх товаришів?

Відповіді на запитання можна подати у спеціальному бланку відповідей.

Бланк відповідей

№	Відповідь	№	Відповідь	Дешифратор			
				1	+	11	+
1		11		2	-	12	-
2		12		3	+	13	+
3		13		4	-	14	-
4		14		5	+	15	+
5		15		6	-	16	-
6		16		7	+	17	+
7		17		8	-	18	-
8		18		9	+	19	+
9		19		10	-	20	-
10		20					

Для кількісної обробки результатів служить дешифратор, в якому поставлена максимальна сума «Ідеальних відповідей», які відтворюють яскраво виражені комунікативні здібності.

Далі підраховується кількість відповідей, що співпали з дешифратором. Оцінковий коефіцієнт (К) виражає відношення кількості, що співпали до максимально можливого співпаданя (20): $K = X/20$;

де К – величина оцінкового коефіцієнта;

X – кількість відповідей, що співпали з дешифратором.

Оцінка результатів. Показники, отримані за цією методикою, можуть варіювати від 0 до 1. Показники, ближчі до 1, говорять про високий рівень комунікабельних здатностей, ближчі до 0 – про низький рівень. Записуємо отриманий результат у бланк відповідей та порівнюємо його із шкалою оцінок.

Шкала оцінок

К	Оцінка	Рівень проявлення комунікативних здібностей
0,10-0,45	1	Низький
0,46-0,55	2	Нижче середнього
0,56-0,65	3	Середній
0,66-0,75	4	Високий
0,76-1,00	5	Дуже високий

Завдання 4. Визначення рівня комунікабельності.

За допомогою тестового завдання перевірити власний рівень комунікабельності. Зробити висновки. На кожне з цих 16 запитань дайте відповідь: «так», «інколи» або «ні».

1. Вас чекає звичайна ділова зустріч. Чи виводить вона вас з рівноваги?
2. Чи відкладаєте ви зустріч з лікарем до того часу, коли це стає необхідним?
3. Чи викликає у вас боязкість і невдоволення доручення виступити з промовою, повідомленням, інформацією на нараді, зібранні?
4. Вам пропонують поїхати у відрядження в місто, в якому ви ніколи не були. Чи прикладете максимум зусиль, щоб запобігти цьому відрядженню?
5. Чи любите ви ділитися переживаннями з кимось?
6. Чи дратує вас, коли незнайома людина на вулиці звернеться до вас з проханням (показати дорогу, сказати годину)?
7. Чи вірите ви, що існує проблема «батьків і дітей», і що людям різних поколінь важко зрозуміти одне одного?
8. Чи соромитесь ви нагадати знайомому про те, що він забув повернути вам борг, який позичив декілька місяців тому?
9. У ресторані або в їдальні вам дали недоброякісну страву. Чи промовчите ви, лише відсунувши тарілку?
10. Опинившись один на один з незнайомцем, ви будете мовчати? І чи знервує вас те, якщо першим заговорить незнайомец?
11. Чи впадаєте ви у відчай, бачачи довгу чергу? Чи відмовитесь ви від своїх намірів стати в хвіст цієї черги?
12. Чи побоюєтесь ви брати участь у будь-якій комісії з розгляду конфліктних ситуацій?
13. У вас свої, суто індивідуальні критерії оцінок творів літератури, мистецтва і жодних «чужих» думок на цей рахунок ви не сприймаєте?
14. Почувши «в кулуарах» помилкові твердження з добре відомого вам питання, чи промовчите ви, не вступаючи в дискусію?
15. Чи викликає у вас невдоволення прохання когось допомогти розібратись у службовому питанні або навчальній темі?
16. Чи надаєте ви перевагу письмовій формі відповіді над усною?

Оцінки відповідей: «так» – 2 бали, «інколи» – 1 бал, «ні» – 0 балів. Підсумуйте свої бали.

Результати:

30-32 бали – ви явно некомунікабельні і в цьому ваша біда, оскільки страждаєте від цього, в першу чергу, ви. Але й близьким людям, які вас оточують теж нелегко! Постарайтеся стати більш компанійським, контролюйте себе.

25-29 балів – ви замкнуті, неговіркі, надаєте перевагу самотності й тому у вас, напевно, мало друзів. Нова робота і необхідність нових контактів, якщо і не вводять вас у паніку, то надовго виводять з рівноваги. Знаєте цю особливість свого характеру і буваєте невдоволені собою. Але не обмежуйтеся лише невдоволенням – ви здатні за певних умов змінити свій характер.

19-24 бали – ви в певній мірі компанійські: в незнайомій обстановці відчуваєте себе досить впевнено. Нові проблеми вас не лякають. І все ж з новими людьми ви сходитеся нерішуче, в суперечках і диспутах берете участь без задоволення. У ваших висловлюваннях часом забагато сарказму, без будь-яких підстав.

14-18 балів – у вас нормальна комунікабельність. Ви допитливі. Охоче слухаєте цікавого співбесідника, досить терплячі, відстоюєте свою точку зору спокійно. Без переживань ідете на зустріч з новими людьми. У той же час не любляете галасливих компаній; екстравагантні вчинки, багатослів'я викликають у вас роздратування.

9-13 балів – ви дуже комунікабельні (часом понад міру). Допитливі, говіркі, любляете висловлюватись з різних питань, що, буває, викликає роздратування оточуючих. Охоче знайомитесь з новими людьми. Любите бути в центрі уваги, нікому не відмовляєте в проханнях, хоча не завжди можете їх виконати.

4-8 балів – ви дуже товариські. Ви завжди в курсі усіх справ, любляете брати участь в усіх дискусіях, хоча серйозні теми можуть викликати у вас хандру. Охоче берете слово з будь-якої теми, навіть якщо маєте лишень поверхове уявлення. Всюди відчуваєте себе, як в своїй тарілці.

3 бали і менше – ваша комунікабельність носить хворобливий характер. Ви говіркі, багатослівні і втручаєтесь у справи, які не мають до вас ніякого відношення. Беретесь судити про проблеми, в яких цілком некомпетентні.

Завдання 5. Спробуйте самостійно сформулювати переваги та недоліки формальних і неформальних каналів передачі інформації. Аргументуйте свою позицію, привівши статистичні дані, результати соціологічних опитувань, особисті спостереження. Відповіді запишіть у таблиці. Зробіть висновок.

Ефективність різних каналів передачі інформації	Для установи	Для керівництва	Для працівників
Формальні канали			
Переваги	1. 2. 3.	1. 2. 3.	1. 2. 3.
Недоліки	1. 2. 3.	1. 2. 3.	1. 2. 3.
Неформальні канали			
Переваги	1. 2. 3.	1. 2. 3.	1. 2. 3.
Недоліки	1. 2. 3.	1. 2. 3.	1. 2. 3.

Завдання 6. У таблиці поміщені ключові поняття та визначення видів мовного спілкування. Встановіть, якому поняттю ліворуч відповідає наведене праворуч визначення, вказавши потрібний номер.

Поняття	№	Визначення
Полеміка		1. Вид ділового спілкування, який веде до об'єднання думок, поглядів, до компромісу та формулювання спільних позицій.
Канали передачі		2. Обмін думками в публічній формі (на зборах, засіданнях, конференціях), метою яких є з'ясування відносин учасників обговорення до загальних тез виступу.
Дебати		3. Форма ситуаційного контакту, всі її компоненти повинні бути обґрунтовані й мотивовані.
Розмова		4. Мовне спілкування між співбесідниками, які мають необхідні повноваження від своїх фірм для встановлення ділових стосунків розв'язання ділових проблем чи вироблення конструктивного підходу до їх розв'язання.
Ділова бесіда		5. Укладання юридичної угоди з будь-якою особою, яка запропонувала найвигідніші умови, результатом яких є угода і певна домовленість.
Переговори		6. Засоби для передачі сигналів від джерела до одержувача.
Спір		7. Спілкування, встановлення та підтримання контактів, переконання когось у чомусь і головне тут, що учасниками виступають не два суб'єкти, а декілька.
Торги		8. Публічний спір, предметом якого є наукова або суспільно значуща проблема (це публічний захист тез, захист соціальних проектів, захист дисертацій тощо).
Диспут		9. Вид обговорення, який характеризується непримиренністю основ, де основними рисами є боротьба, конфлікт думок, які зростають до протиріч.
Дискусія		10. Вираз ділового спілкування, в якому один доводить, що певна думка правильна, а другий – що вона помилкова.

Завдання 7. Розгляньте стилі ділового листування та вкажіть, який зі стилів Ви вважаєте найбільш продуктивним. Поясніть свою точку зору та зробіть висновок.

Завдання 8. Обдумайте ситуації та зробіть вибір (а, б, в). Чому Ви зробили саме такий вибір? Чим він зумовлений? Обговоріть результати. Службовець телефонує Вашому секретареві і просить організувати розмову з Вами з приводу нещодавно прийнятого Вами рішення. Ви:

а) поговорите з ним самі;

б) попросите надіслати доповідню через його начальника;

в) зателефонуєте начальникові цього службовця і доручите йому зайнятися цією проблемою.

Завдання 9. Виберіть афоризм, у якому найповніше розкрита сутність комунікативного менеджменту. Обґрунтуйте ваш вибір.

1. «Єдина відома розкіш – це розкіш спілкування з людьми» (А. де Сент-Екзюпері).

2. «Пліткар – той, хто говорить з вами про інших; зануда – той, хто говорить з вами про себе; а блискучий співрозмовник – той, хто говорить з вами про вас» (Л. Керк).

3. «Покажіть мені людину, яка жодного разу не пліткувала, і я покажу вам людину, котру люди зовсім не цікавлять» (Б. Уолтерс).

4. «Є лише один спосіб бути хорошим співрозмовником – уміти слухати» (К. Морлі).

5. «Найкоротший шлях до популярності - всіх вислухати, замість того, щоб усім замовляти зуби. Нічого так не цікавить людину, як те, що вона горить нетерпінням розповісти вам про себе. Все, що вам потрібно, аби заробити репутацію гідного співрозмовника, це сказати: «Як чудово! Розкажіть ще що-небудь!» (Д. Дікс).

6. «Якщо ви хочете привернути увагу людини до себе, спочатку переконайте її, що ви – щирий товариш» (А. Лінкольн).

7. «Для підлеглих однаково небезпечні як незгоди між керівниками, так і їх одностайність» (Я. К. Таціт).

8. «Якщо хочеш дізнатися про правду, вислухай обидві сторони і не вір жодній» (Г. У. Шоу).

8. «Посередництво – спосіб об'єднати обидві сторони проти себе» (А. Декурсель).

9. «Якщо два товариші попросять тебе вирішити їх суперечку, не погоджуйся, адже ти втрапиш одного з друзів; але якщо двоє незнайомих попросять тебе зробити це саме, погоджуйся, тому що матимеш одного друга» (А. Августин).

10. «Умій так грюкнути дверима, щоб ніхто не чув» (К. Єлисеєв).

Завдання 10. Швейцарський мислитель XVIII століття І. Лафатер говорив: «Хочеш бути розумним – навчися розумно питати, уважно слухати, спокійно відповідати і не говорити, коли нічого більше сказати». Що він розуміє під цим твердженням? Чи згодні Ви з цією думкою, аргументуйте свою відповідь. Чи підходить рецепт І. Лафатера сучасним менеджерам?

Тематика рефератів

1. Івенти як інструмент в комунікаціях фінансової установи.
2. Корпоративні ЗМІ фінансових установ.
3. Спонсорство і меценатство установ фінансової сфери.
4. Інструменти комунікацій у сфері фінансів.
5. Етичне регулювання фінансової сфери.
6. Специфіка формування іміджу банківських послуг.
7. Корпоративна ідентичність як інструмент PR-діяльності фінансової установи.
8. Взаємодія з групами цільової громадськості у фінансовій сфері.
9. Ділове спілкування як процес комунікації.
10. Професійні якості керівника та оцінка ефективності їх реалізації в управлінні сучасною організацією.
11. Попередження та вирішення конфліктів як інструмент запобігання економічних, соціальних і психологічних втрат в межах організаціях.
12. Труднощі та бар'єри комунікації.
13. Організація та проведення ділових зустрічей.
14. Ефективність комунікації в умовах ринку.
15. Комунікативна компетентність та її ознаки.
16. Корпоративний імідж як складна комунікативна структура.
17. Мистецтво публічного виступу.
18. Комунікативні конфлікти та їх наслідки.
19. Особливості комунікативного менеджменту в кризових ситуаціях.
20. Використання Інтернет-технологій в комунікативному менеджменті.
21. Репутаційно-іміджевий напрям в комунікативному менеджменті.
22. Потенціал і обмеження комунікаційного менеджменту в кризових ситуаціях.
23. Історія і стратегія розвитку комунікативного менеджменту в сучасному просторі.
24. Структура і функції відділу по комунікаціях в організації.
25. Етикет в області комунікацій.
26. Комунікаційна безпека у фінансовій установі.
27. Комунікативний аудит як різновид консалтингової діяльності.
28. Управління комунікаціями в період кризи.
29. Інформаційно-комунікаційний менеджмент у глобальному суспільстві.
30. Стратегія комунікації фінансової установи *(на прикладі конкретної установи)*.

КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ

Засобами оцінювання та методами демонстрування результатів навчання з навчальної дисципліни є:

- залік;
- тести;
- презентації результатів виконаних завдань та досліджень;
- реферати.

Форми поточного контролю: виконання практичних завдань, підготовка курсового проекту, виступи на семінарських заняттях, проведення тестування.

Форма модульного контролю: письмова контрольна робота та тестування.

Форма підсумкового семестрового контролю: письмовий екзамен.

Розподіл балів, які отримують здобувачі вищої освіти (модуль 1)

Поточне оцінювання та самостійна робота				Модульна контрольна робота	Сума
T1	T2	T3	T4	60	100
10	10	10	10		

Розподіл балів, які отримують здобувачі вищої освіти (модуль 2)

Поточне оцінювання та самостійна робота				Модульна контрольна робота	Сума
T1	T2	T3	T4	60	100
10	10	10	10		

Оцінювання окремих видів навчальної роботи з дисципліни

Вид діяльності здобувача вищої освіти	Модуль 1		Модуль 2	
	Кількість	Максимальна кількість балів (сумарна)	Кількість	Максимальна кількість балів (сумарна)
Практичні (семінарські) заняття	7	15	7	15
Письмове тестування при тематичному оцінюванні	1	5	1	5
Презентація	1	10	1	10
Реферат	1	10	1	10
Модульна контрольна робота	1	60	1	60
Разом		100		100

Після виконання програми змістового модулю у визначений деканатом термін здійснюється поточний модульний контроль у вигляді письмової роботи, яка оцінюється у межах від **0 до 60 балів**. Якщо з об'єктивних причин студент не пройшов модульний контроль у визначений термін, то він має право за дозволом деканату пройти його протягом двох тижнів після виникнення заборгованості.

Протягом семестру студенти вивчають один модуль з дисципліни. Модуль складається з двох змістових модулів. Після виконання кожного змістового модуля (лекції та практичні заняття) здійснюється поточний контроль у вигляді письмової роботи. Студенти, які не відвідували лекції або не в повному обсязі виконали практичні завдання, до поточного контролю за змістовий модуль не допускаються.

Поточне оцінювання здійснюється за трьома складовими:

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

Загальна кількість балів за семестр з навчальної дисципліни становить **від 0 до 100 балів** і складає середнє арифметичне балів за змістові модулі, кожен із яких оцінюється **від 0 до 100 балів**.

Шкала оцінювання: національна та ECTS

Сума балів за всі форми навчальної діяльності	Оцінка в ECTS	Оцінка за національною шкалою
90-100	A	зараховано
82-89	B	зараховано
74-81	C	зараховано
64-73	D	зараховано
60-63	E	зараховано
35-59	FX	незараховано з можливістю повторного складання
0-34	F	незараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

ПЕРЕЛІК ПИТАНЬ ДЛЯ ПІДСУМКОВОГО КОНТРОЛЮ

1. Основні етапи розвитку теорії комунікації.
2. Сутність та призначення комунікації.
3. Види комунікації в організаціях.
4. Стили та стратегії міжособистісних комунікацій.
5. Сутність інформації та її роль у бізнес-середовищі.
6. Види інформації та джерела її отримання у фінансових установах.
7. Комунікація як процес. Етапи комунікаційного процесу обміну інформацією.
8. Сутність комунікативного менеджменту. Роль менеджера з комунікацій.
9. Механізм комунікативного менеджменту в організації.
10. Типологічні моделі комунікативного менеджменту.
11. Комунікативна компетентність та її складові.
12. Визначення ефективності в комунікаційному менеджменті.
13. Типи комунікаційних мереж в організаціях.
14. Спілкування як важлива соціально-психологічна категорія.
15. Характеристика основних стилів спілкування.
16. Специфіка вербальної комунікації.
17. Публічний виступ як форма соціальної комунікації.
18. Специфіка ділового спілкування.
19. Комунікаційні бар'єри та шляхи їх подолання.
20. Репутація установи як елемент комунікативного менеджменту.
21. Процес формування і розвитку корпоративного іміджу.
22. Брендинг у системі організаційних комунікацій.
23. Репутаційні ризики фінансової установи та фактори їх виникнення.
24. Необхідність забезпечення інформаційної безпеки у фінансових установах.
25. Заходи забезпечення репутаційної безпеки фінансової установи.
26. Поняття та принципи комунікаційної політики.
27. Методи розвитку комунікаційних систем організації.
28. Технологія планування, організації та проведення комунікаційної політики організації.
29. Процес розробки політики маркетингової комунікації.
30. Інституційні основи комунікаційної політики.
31. Взаємодія з групами цільової громадськості у фінансовій сфері.
32. Характеристика інструментів комунікаційної політики.
33. Особливості зовнішніх комунікаційних систем.
34. Специфіка формування внутрішніх комунікаційних систем.
35. Поняття та принципи антикризових комунікацій у фінансових установах.
36. Антикризові комунікації фінансових установ із цільовими аудиторіями.
37. Інтернет-інструменти в комунікаційній політиці фінансових установ.
38. Сайт установи як ефективний канал комунікацій.
39. Управління взаємовідносинами зі споживачами фінансових послуг у мережі Інтернет.
40. Маркетинг в соціальних мережах.

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Основна

1. Антипцева А. Комуникативний менеджмент: навч.-метод. посібник / А. Антипцева. – Харків, 2013. – 53 с.
2. Воронкова В.Г., Беліченко А.Г., Мельник В.В. Етика ділового спілкування. Навчальний посібник для ВНЗ (рекомендовано МОН України) : Навчальний посібник 2017 – 312 с.
3. Жигайло Н. І. Комуникативний менеджмент: Навчальний посібник / Н. І. Жигайло. – Львів: Львівський національний університет імені Івана Франка, 2012. – 368 с
4. Комуникативний менеджмент: навчальний посібник / М.І. Васильченко, В.В. Гришко. – Полтава: ПолтНТУ, 2018. – 208 с.
5. Професійні комунікації [Текст]: Навчальний посібник «Ділове спілкування» / уклад. О. М. Жук, Л.Ю. Тиха. – Луцьк : Луцький НТУ, 2016. – 112 с.

Допоміжна

1. Андрушків, Б. М. Корпоративне управління [Текст]: навч. посіб. / Б.М.Андрушків, С.П.Черничинець. – К.: Кондор, 2011. – 528с.
2. Березенко В. PR в Україні: наукове осмислення феномену // Київ: Академія Української Преси, 2013. – 388 с.
3. Вежель Л.М. Основи зв'язків з громадськістю. Навчальний посібник / Л.М.Вежель; МОН України, КНУ ім. Тараса Шевченка: К. ВПЦ “Київський університет”, 2011. – 123 с.
4. Інновації і маркетинг- рушійні сили економічного розвитку [Текст]: монографія / [С.М. Ілляшенко, В.В. Божкова, В.Г. Герасимчук та ін.] ; за заг. ред. : С.М. Ілляшенко. – Суми : Папірус, 2012. – 535 с.
5. Коулман П. Т. Результативний конфлікт / Пітер Т. Коулман, Роберт Фергюсон ; пер. з англ.Інна Софієнко. – 2-ге вид. – К.: Наш формат, 2017. – 312 с.
6. Курбан О.В. PR у маркетингових комунікаціях: навчальний посібник / О.В. Курбан. – К.: Кондор, 2014. – 246 с.
7. Курбан О.В. PR у маркетингових комунікаціях: Навчальний посібник / О.В. Курбан – К.: Кондор, 2016 - 246с.
8. Кушнір Р. О. Великий оратор, або як говорити так щоб вам аплодували стоячи / Р. О. Кушнір. – Дрогобич : Коло, 2013. – 258 с. 3. Пинк Д. Драйв что на самом деле нас мотивирует / Дэниел Пинк : Пер. с англ. — М.: Альпина Паблішер, 2013. – 311 с.
9. Лютий І. О. Банківський маркетинг: підручн. [для студ. вищ. навч. закл.]/ І. О. Лютий, О. О. Солодка – К.: Центр учбової літератури, 2010. – 776 с.
10. Манакін В.М. Мова і міжкультурна комунікація: навчальний посібник / В.М. Манакін. – К.: ВЦ «Академія», 2012. – 288 с.

11. Орбан-Лембрик Л.Е. Психологія професійної комунікації: навчальний посібник / Л.Е. Орбан-Лембрик. – Чернівці: Книги-XXI, 2010. – 528 с.
12. Палеха Ю.І. Документально-інформаційні комунікації: навчальний посібник / Ю.І. Палеха, Н.В. Мурейко, О.Г. Оксіюк. – К.: Ліра-К, 2014. – 386 с.
13. Финансовые коммуникации : учебное пособие / А. Д. Кривоносов. – СПб. : Изд-во СПбГЭУ, 2016. – 123 с.
14. Химиця Н.О. Ділова комунікація: навчальний посібник / Н.О. Химиця, О.О. Морушко. – Львів: Вид-во Львівської політехніки, 2016. – 208 с.
15. Холод О.М. Комунікаційні технології: підручник / О.М. Холод. – К.: Центр учбової літератури, 2013. – 212 с.