Вищий навчальний заклад
«НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ УПРАВЛІННЯ»

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
СУЧАСНА КОМУНІКАТИВІСТИКА

ОП «Маркетинг»

Код	Назва	Тип	Рівень вищої освіти	Рік, коли пропонується вивчення	Семестр	Кількість кредитів	Вид підсумкового контролю
ВНД-13	**Сучасна комунікативістика**	Вибіркова навчальна дисципліна	перший (бакалаврський)	3	5	5	Диф.залік

Мова навчання: українська.
Форми здобуття освіти: очна (денна), заочна.
Види навчальних занять: лекція, семінарське заняття, консультація.
Методи навчання: словесний, пояснювально-демонстраційний, метод проблемного викладання, репродуктивний та інші відповідно до навчальних занять.
Оцінювання: поточне, підсумкове.

Загальні компетентності (ЗК):

ЗК1	Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні
ЗК3	Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу
ЗК12	Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності)
ЗК13	Здатність працювати в міжнародному контексті
ЗК14	Здатність діяти соціально відповідально та свідомо

Спеціальні компетентності (СК):

СК11	Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків

Програмні результати навчання (ПРН):

ПРН2	Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності
ПРН3	Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу
ПРН15	Діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних принципів маркетингу, поваги до культурного різноманіття та цінностей громадянського суспільства з дотриманням прав і свобод особистості
ПРН17	Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології
ПРН18	Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності

Засоби діагностики успішності навчання: теоретичні питання, практичні завдання, питання для опитування під час практичних завдань, індивідуальні питання, питання для поточного контролю, тести, задачі, питання для підсумкового контролю.

Зміст курсу: Поняття комунікативістики. Предмет, об'єкт, завдання комунікативістики. Функції, принципи та методи комунікативістики. Місце комунікативістики у класифікації наукових дисциплін. Класифікації форм комунікації. Типологізації комунікації. Види і стратегії побудови. Правові аспекти комунікації. Законодавче регулювання медіа-діяльності.

Основні процеси. Вербальні та невербальні комунікації. Вплив запахів, кольорів, звуків на ефективність комунікації. Проксеміка, кінесика, гаптика, хронеміка, паралінгвістика, окулесика.

Особливості розвитку комунікативістики. Вирішення соціальних питань методами комунікативістики. Структурні компоненти. Стратегічні та орієнтувальні комунікації. Теорія непрямої комунікативної дії. Комунікації виразності. Кризові комунікації. Лобіювання. Психологічні особливості комунікації з «масовою» людиною. Типи комунікацій у маркетингу. Типи політичних, урядових, корпоративних, фінансових, IT та бізнес - комунікацій. Міжнародні та міжкультурні комунікації. Ноу-хау комунікативістики. Групова динаміка та комунікації. Бренд-комунікації. Індивідуальний вплив. Документно-інформаційні комунікації.

Хард та софт скіли для досягнення успіху. Впевненість як інструмент досягнення мети. Емпатійне мовлення. Складові та розробка комунікативної стратегії. Оцінка ефективності PR - кампанії, її складові та вимірювання ефективності. Планування внутрішньої комунікації.

Поняття іміджу керівника та організації.

Цільові групи. Типологізація груп. Робота зі ЗМІ.

Доповіді, виступи, дослідження, презентації, диспути, дискусії, форуми.

Типи комунікаторів.

Еристика. Аргументація, суперечка, фейк, конфлікт, насильство, маніпуляції. Спонукальна поведінка споживача. Емоції в комунікаціях. Глибинні інтерв'ю. Психологія та соціальна комунікація.

Кризи, управління кризами, антикризовий менеджмент. Службове спілкування. Проведення ділових переговорів.

Тренди маркетингових комунікацій.

Надихаючі комунікації. Червоні лінії. Комунікації в умовах війни. Комунікаці Перемоги.

Методи навчання на лекціях: вербальний метод (лекція, дискусія тощо); методи візуалізації (презентація, метод ілюстрації (графічний, табличний, тощо), метод демонстрацій та інші); робота з навчально-методичною літературою (конспектування, тезування, анотування тощо); інші методи у сполученні з новітніми інформаційними технологіями та комп'ютерними засобами навчання (дистанційні, мультимедійні, веб-орієнтовані тощо);

Методи навчання на практичних, семінарських заняттях: вербальний метод (дискусія, співбесіда тощо); метод візуалізації (презентація, метод ілюстрації (графічний, табличний, тощо), метод демонстрацій та інші); робота з навчально-методичною літературою (рецензування, підготовка реферату, есе, доповіді тощо); інші методи у сполученні з новітніми інформаційними технологіями та комп'ютерними засобами навчання (дистанційні, мультимедійні, веб-орієнтовані тощо); кейс-метод (вирішення ситуацій, розв'язання завдань тощо); практичний, пошуковий метод.

Методи оцінювання: для поточного контролю у вигляді усного та письмового опитування, фронтального опитування, тестування, вирішення ситуаційних завдань, розв'язування задач, написання есе (рефератів), виконання індивідуальних та групових проектів, творчих завдань, тощо; для підсумкового контролю проведення підсумкового контролю (усна та/або письмова відповідь, тестування, вирішення ситуаційних завдань, розв'язування задач, тощо.).

Засоби діагностики результатів навчання. Поточний контроль може передбачати застосування широкого спектру форм та методів оцінювання знань, що проводиться за кожною темою. Підсумковий контроль передбачає проведення диференційованого заліку.

Порядок оцінювання результатів навчання:

Оцінювання здійснюється за 100 бальною шкалою.

Поточний контроль та самостійна робота = 60 балів.

Підсумковий контроль = 40 балів.

Рекомендована література:

1. *Документно-інформаційні комунікації в умовах глобалізації: стан, проблеми і перспективи Матеріали VIII міжнародної науково-практичної конференції (23.11.2023, Полтава). 182 с.*
2. *Веселовська Н.О. Методичні вказівки та індивідуальні завдання до вивчення дисципліни «Сучасна комунікативістика». Укл.: Н. О. Веселовська. К.: НАУ, 2023.*
3. *Кацавець Р.С. Психологія особистості. Навчальний посібник. Київ : Алерта. 2021. 134 с.*
4. *Бізнес-комунікації: навчально-методичний комплекс [Електронний ресурс] : навч. посіб. для студентів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти, галузі знань 07 «Управління та адміністрування», спеціальності 075 «Маркетинг», освітньо-професійної програми «Промисловий маркетинг» / Укладач: Л.М. Шульгіна – Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2023. – 151 с.*
5. *Посібник з планування внутрішньої комунікації. Посібник підготовлений міжнародними експертами EU4PFM32 с. URL: https://eu4pfm.com.ua/wp-content/uploads/2021/06/EU4PFM_148x2103mm.pdf*

Викладач: ***Веселовська Наталя Олександрівна,*** кандидат юридичних наук, доцент.

Гарант освітньої програми:

Серкутан Тетяна Вікторівна,
кандидат економічних наук, доцент, кафедри маркетингу,
економіки, управління та адміністрування