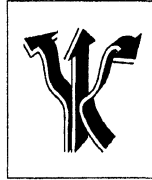


**МІЖРЕГІОНАЛЬНА
АКАДЕМІЯ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ**



МАУП

НАВЧАЛЬНА ПРОГРАМА
дисципліни
«КОМУНІКАТИВНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ»
(для магістрів)

Київ – 2018

Підготовлено професором кафедри менеджменту, к.п.н., доц.. *Н.М. Терещенко*

Затверджено на засіданні кафедри менеджменту (протокол № 8 від 26.02.18 р.).

Схвалено Вченою радою Міжрегіональної Академії управління персоналом

Терещенко Н.М. Навчальна програма дисципліни «Комунікативний менеджмент» (для магістрів). – К. : ДП «Вид. дім «Персонал», 2018. – 22 с.

Навчальна програма містить пояснювальну записку, тематичний план, зміст дисципліни «Комунікативний менеджмент», теми контрольних робіт, питання для самоконтролю, а також список літератури.

Міжрегіональна Академія
управління персоналом (МАУП),
2018

ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

На сучасному етапі створюється нове бачення ролі менеджера в організації, усвідомлюється необхідність оновлення завдань, що стоять перед керівниками організацій згідно до вимог, яким повинно відповідати демократичне суспільство з ринковою економікою. Досягти цього можна за рахунок удосконалення комунікацій у процесі управління.

Дисципліна «Комунікативний менеджмент», 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, бранда, особистості), концепції управління змінами за допомогою комунікаційних моделей, інструментів, технологій, методологій та методики проведення досліджень в сфері управління комунікаціями.

Завданнями вивчення навчальної дисципліни «Комунікативний менеджмент» 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.

За результатом вивчення дисципліни студенти повинні:

ЗНАТИ:

- соціальну природу поняття «комунікативний менеджмент», його мету та зміст;

- канали, засоби, моделі комунікацій;
- особливості використання інформації в менеджменті;
- основні елементи забезпечення ефективних комунікацій.
- основні засади та принципи комунікативного менеджменту;
- порядок формування ефективних комунікацій на підприємстві;
- методи вирішення комунікаційних конфліктів;
- особливості формування іміджу менеджера та корпорації (організації);
- перспективи комунікативного менеджменту в інформаційному суспільстві.

УМІТИ:

- приймати управлінські рішення з метою підвищення комунікаційної ефективності організації;
- розробляти стратегію та тактику діяльності організації в сфері комунікативного менеджменту;
- виявляти причини відхилення від плану, недоліків в роботі та виявленні резервів у 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, щодо вирішення задач, що постають перед сучасними керівниками у різних сферах комунікаційної діяльності

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

Міжпредметні зв'язки: теорія організації, менеджмент організацій, управління інформаційними зв'язками, організаційна культура, керівник адміністративної служби, управління змістом робіт, документознавство, управління персоналом, тренінг з ділового спілкування, автоматизовані системи управління тощо.

Підсумковий контроль з даної дисципліни проводиться у формі заліку.

ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН
дисципліни
«КОМУНІКАЦІЇ В ОРГАНІЗАЦІЇ»

№ п/п	Назва модулю і теми
ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ I. Теоретико-методологічні засади комунікативного менеджменту	
Тема 1.	Комунікаційний процес в організації.
Тема 2.	Сутність та поняття інформації та комунікацій в менеджменті
Тема 3.	Канали, засоби та бар'єри комунікацій
Тема 4.	Забезпечення ефективних комунікацій
ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ II. Комунікативний менеджмент в організації: сучасний стан та перспективи	
Тема 5	Комунікативний менеджмент та бізнес-комунікації.
Тема 6	Комунікативний менеджмент як механізм формування іміджу організації
Тема 7.	Менеджер як суб'єкт управлінської діяльності в інформаційно-комунікативному процесі
Тема 8.	Комунікативний менеджмент та інформаційне суспільство: проблеми та перспективи
Разом годин:	

ЗМІСТ
дисципліни
«КОМУНІКАЦІЇ В ОРГАНІЗАЦІЇ»

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ I. Теоретико-методологічні засади
комунікативного менеджменту

ТЕМА 1. Комунікаційний процес в організації.

Природа комунікації в організації. Поняття комунікації та комунікативного процесу. Комунікаційний процес, його елементи. Цілі комунікації. Тенденції розвитку комунікативних процесів у сучасних організаціях. Вплив комп'ютеризації на процеси комунікації в організації. Гуманізація комунікацій. Феномен комунікації як чинник соціальної інтеграції і соціалізації.

Моделі комунікації в організаціях. Види комунікацій в організаціях. Соціальні функції організаційних комунікацій. Стадії ефективної комунікації: забезпечення уваги адресата, забезпечення розуміння суті повідомлення, визнання, дія.

Сутність поняття комунікативний менеджмент. Основні категорії комунікативного менеджменту. Місце комунікативного менеджменту в теорії і практиці управління. Філософські, соціально-психологічні та економічні засади комунікативного менеджменту. Основні категорії комунікативного менеджменту: інформація, комунікація, спілкування, взаємодія, комунікативні впливи, комунікативний процес, комунікативна компетенція, комунікативна культура, комунікативні технології.

Література: [22, 25, 28, 30, 33, 45, 56]

ТЕМА 2. Сутність та поняття інформації та комунікацій в менеджменті

Поняття інформації, її суть та значення в процесі менеджменту. Класифікація інформації, що використовується в управлінні. Вимоги до інформації. Особливості використання інформації на верхньому, середньому, низовому рівнях менеджменту.

Носії інформації. Операції та процедури обробки інформації в менеджменті. Поняття та побудова інформаційних систем. Конкуренція між повідомленнями. Сприйняття повідомлення адресатом. Мова, логіка, абстракція. Статус особи, що надсилає повідомлення.

Переваги та недоліки письмових комунікацій. Усні комунікації. Вдосконалення письмових й усних комунікацій за допомогою використання контрольного переліку «П'ять «С» комунікації» Р.Фалмера.

Література: [2, 5, 22, 25, 28, 30, 31, 45, 56]

ТЕМА 3. Канали, засоби та бар'єри комунікацій.

Організаційні структури та комунікативна поведінка персоналу. Формальна й неформальна комунікативна поведінка.

Формальні та неформальні комунікації. Основні завдання та недоліки формальних комунікацій. Горизонтальні комунікації. Діагональні комунікації. Типи комунікаційних ланцюгів, які використовуються в неформальних комунікаціях.

Канали та засоби комунікації. Методи поширення інформації про діяльність організацій, установ. Інформаційно-технічна база процесу комунікацій.

Чинники, які впливають на зміст, характер та спрямованість комунікацій в організаціях. Плани інформаційних комунікацій. Аналіз ефективності каналів комунікації. Аналіз комунікативних мереж. Аналіз комунікативних ролей. Умови та фактори, що сприяють ефективній комунікації. Комунікативні бар'єри. Формування оптимальних інформаційних потоків.

Література: [2, 3, 22, 25, 28, 30, 33, 35, 36, 45, 51, 57]

ТЕМА 4. Забезпечення ефективних комунікацій

Основні елементи забезпечення ефективних комунікацій: джерело, повідомлення, аудиторія, канали комунікацій.

Методи вдосконалення міжособистісних комунікацій. Вдосконалення організаційних комунікацій.

Планування процесу комунікації. Розробка плану комунікацій. Ситуаційні чинники, що впливають на поширення інформації про функціонування та досягнення організації. Аудиторія. Аналіз управлінської ситуації. Відправник повідомлення. Вибір засобу передачі повідомлення. Створення повідомлення.

Розвиток технічної бази комунікацій. Нові інформаційні технології в управлінні організацією. Комунікаційна мережа. Групи технічних засобів управління: прості пристрої та знаряддя праці, організаційна техніка, обчислювальні машини. Створення автоматизованих робочих місць (АРМ) керівника підприємства та різних категорій спеціалістів.

Література: [18, 22, 23, 25, 28, 30]

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ II. Комунікативний менеджмент в організації: сучасний стан та перспективи

ТЕМА 5. Комунікативний менеджмент та бізнес- комунікації

Ділове середовище організації. Комунікаційна політика організації. Комунікативна служба та її призначення. Соціальне значення та цілі діяльності зі зв'язків організації з громадськістю. Громадськість як соціально активна група суспільства. Громадськість: поняття, структура, типологія. Цільова громадськість. Внутрішня та зовнішня громадськість організації. Відносини з партнерами, клієнтами, конкурентами, інвесторами, операторами ринкової інфраструктури, консультантами, органами влади, ЗМІ. Напрямки діяльності зв'язків з громадськістю сучасних організацій: зовнішні зв'язки, внутрішні зв'язки з громадськістю та зв'язки з лобістськими державними і недержавними об'єднаннями.

Ділові та комунікативні якості менеджера. Ключові коефіцієнти ефективності (КРІ) – індикатори комунікаційної ефективності менеджера.

Комунікативний менеджмент та управління інтегрованими та маркетинговими комунікаціями, бренд-комунікаціями, рекламними комунікаціями,

PR-комунікаціями. Елементи ефективного керування зв'язками з громадськістю. Друкарська продукція в PR. Усне мовлення в PR. Благодійна діяльність PR.

Література: [2, 3, 16, 20, 22, 25, 29,33, 35, 36, 42, 45, 57]

ТЕМА 6. Комунікативний менеджмент як механізм формування іміджу організації

Репутація як ключова складова іміджу сучасної організації. Значення репутації для публічних організацій і комунікацій. Ризики втрати ділової репутації та управління ними. Комунікативний менеджмент лояльності клієнтів (Client Relations) та брендінга.

Комунікації та управління конфліктами. Сутність конфліктної комунікації. Класифікації конфліктів. Функціональні та дисфункціональні конфлікти в організації. Стадії розвитку конфліктом. Методи управління конфліктами. Наслідки конфліктів та репутація організації.

Громадська свідомість. Публічні комунікації: моделі, стратегії, технології. Соціальна комунікація. Комунікативно-інформаційна структура. Функції та ролі публік рілейшнз в організації. Громадська думка, її класифікація. Реклама в процесі формування громадської думки. Засоби формування громадської думки PR-службою. Моніторинг матеріалів ЗМІ.

Робота організацій з основними групами громадськості. Зв'язки з громадськістю в кризових ситуаціях. Проблеми створення іміджу організацій. Сучасний стан PR-послуг в Україні.

Організація бізнес-контактів. Правила і норми проведення ділових зустрічей. Особливості домовленості про ділову зустріч. Правила ведення телефонних розмов. Підготовка і проведення ділової зустрічі. Організація ділових прийомів. Види прийомів. Інтерв'ю – складова частина розгорнутої програми зв'язків із громадськістю. Брифінг, як захід, спрямований на негайне повідомлення ЗМІ важливу інформацію.

Література: [2, 3, 15, 16, 20, 22, 25, 29, 30, 33, 34, 37, 39, 40, 45, 57]

ТЕМА 7. Менеджер як суб'єкт управлінської діяльності в інформаційно-комунікативному процесі

Інформаційна роль менеджера в інформаційному обміні. Предмет, знаряддя та продукт праці інформаційного менеджера.

Добір, оцінювання та розстановка фахівців інформаційної сфери в організації. Основні напрямки діяльності інформаційного менеджера: вивчення та аналіз інформаційних потреб організації, моніторинг інформаційних потоків, організація інформування співробітників організації, підготовка інформації для прийняття управлінських рішень.

Організація праці в інформаційній сфері організації. Формування ефективного стилю діяльності, етика службових відносин інформаційного менеджера.

Література: [16, 17, 22, 25, 28,30, 35, 42, 47, 54, 57, 58]

ТЕМА 8. Комунікативний менеджмент та інформаційне суспільство: проблеми та перспективи

Комунікації та ЗМІ. Комунікаційна ефективність ЗМІ. Комунікативний етикет. Обов'язкові елементи та фази комунікаційного спілкування.

Перспективи комунікаційного менеджменту в інформаційному суспільстві. Проблеми модернізації взаємодії суспільства та держави. Теоретичні та прикладні розробки програм «електронної держави» в сучасному світі – “Bund Online 2005” (Німеччина), “e - Government” (Велика Британія), “Federal Enterprise” (США) та ін. Можливості нових принципів взаємодії.

Література:[2, 3, 4, 14, 18, 22, 25, 30, 34, 37, 47, 58]

ВИМОГИ ДО НАПИСАННЯ КОНТРОЛЬНИХ РОБІТ

Контрольна робота є формою самостійної роботи студента, метою якої є поглиблення та засвоєння знань з дисципліни «Комунікативний менеджмент».

Варіант контрольної роботи студент визначає за останньою цифрою номера своєї залікової книжки (див. таблицю).

Остання цифра номера залікової книжки студента	1	2	3	4	5	6	7	8	9	0
Номер варіанту контрольної роботи	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

Структура і зміст теми контрольної роботи визначаються програмою курсу, що зумовлює таку послідовність роботи:

- вибір варіанту, що містить два теоретичних та одне практичне завдання;
- ознайомлення з рекомендованою літературою;
- написання та оформлення роботи.

При написанні роботи та її оформленні варто керуватися такими вимогами:

- обґрунтування вибраної теми;
- опрацювання відповідної літератури;
- наявність авторського розділу;
- наявність списку використаної літератури.

Контрольну роботу студент виконує у вигляді реферату. У теоретичних питаннях цитати та статистичні матеріали слід обов'язково супроводжувати посиланнями на джерела інформації, які мають бути відображені у списку використаної літератури. Посилання на інформаційні джерела необхідно подавати у тексті контрольної роботи у квадратних дужках, наприклад [17, с. 24], 17 – це порядковий номер джерела у списку літератури, а 24 – сторінка із вказаного джерела.

Контрольна робота має складатися із вступу (актуальність проблеми, мета, завдання), основної частини (визначення проблеми та послідовне її розкриття), висновків та списку використаної літератури. Загальний обсяг роботи – до 25 машинописних сторінки формату А4 з 14 шрифтом та інтервалом 1,5, із полями (верхнє/нижнє – 2,5 см, лівє – 3 см, правє – 1,5 см.).

Слід мати на увазі, що головною вимогою до контрольної роботи є розкриття суті питань, а не кількість сторінок.

В кінці роботи студент ставить підпис та дату закінчення виконання контрольної роботи.

ВАРІАНТИ КОНТРОЛЬНИХ РОБІТ

Варіант №1

1. Нові інформаційні технології в управлінні організацією.
2. Філософські, соціально-психологічні та економічні засади комунікативного менеджменту.

Варіант №2

1. Тенденції розвитку комунікативних процесів у сучасних організаціях.
2. Створення автоматизованих робочих місць (АРМ) керівника підприємства та різних категорій спеціалістів.

Варіант №3

1. Вплив комп'ютеризації на процеси комунікації в організації.
2. Відносини з партнерами, клієнтами, конкурентами, інвесторами, операторами ринкової інфраструктури, консультантами, органами влади, ЗМІ.

Варіант №4

1. Феномен комунікації як чинник соціальної інтеграції і соціалізації.
2. Наслідки конфліктів та репутація організації.

Варіант №5

1. Місце комунікативного менеджменту в теорії і практиці управління.
2. Сучасний стан PR-послуг в Україні.

Варіант №6

1. Особливості використання інформації на верхньому, середньому, низовому рівнях менеджменту.
2. Інформаційна роль менеджера в інформаційному обміні.

Варіант №7

1. Операції та процедури обробки інформації в менеджменті.
2. Формування ефективного стилю діяльності, етика службових відносин інформаційного менеджера.

Варіант №8

1. Вдосконалення письмових й усних комунікацій за допомогою використання контрольного переліку «П'ять «С» комунікації» Р.Фалмера
2. Напрямки діяльності інформаційного менеджера.

Варіант №9

1. Типи комунікаційних ланцюгів, які використовуються в неформальних комунікаціях
2. Перспективи комунікаційного менеджменту в інформаційному суспільстві.

Варіант №10

1. Ситуаційні чинники, що впливають на поширення інформації про функціонування та досягнення організації.
2. Проблеми модернізації взаємодії суспільства і держави, теоретичні і прикладні розробки програм «електронної держави» в сучасному світі.

ПИТАННЯ ДЛЯ САМОКОНТРОЛЮ

1. Природа комунікації в організації.
2. Поняття комунікації та комунікативного процесу.
3. Елементи комунікаційного процесу.
4. Цілі комунікації.
5. Гуманізація комунікацій.
6. Соціокультурна зумовленість комунікації в організаціях.
7. Моделі комунікації в організаціях.
8. Види комунікацій в організаціях.
9. Соціальні функції організаційних комунікацій.
10. Стадії ефективної комунікації: забезпечення уваги адресата, забезпечення розуміння суті повідомлення, визнання, дія.
11. Сутність поняття комунікативний менеджмент.
12. Основні категорії комунікативного менеджменту.
13. Основні категорії комунікативного менеджменту: інформація, комунікація, спілкування, взаємодія, комунікативні впливи, комунікативний процес, комунікативна компетенція, комунікативна культура, комунікативні технології.
14. Інформація, її суть та значення в процесі менеджменту.
15. Класифікація інформації, що використовується в управлінні.
16. Вимоги до інформації в менеджменті організації
17. Носії інформації та їх характеристика.
18. Поняття та побудова інформаційних систем.
19. Сприйняття повідомлення адресатом. Мова, логіка, абстракція.
20. Переваги та недоліки письмових комунікацій.
21. Усні комунікації..
22. Формальна й неформальна комунікативна поведінка.
23. Формальні та неформальні комунікації.

24. Основні завдання та недоліки формальних комунікацій. Горизонтальні комунікації.
25. Діагональні комунікації..
26. Канали та засоби комунікацій. Методи поширення інформації про діяльність організацій, установ. Інформаційно-технічна база процесу комунікацій.
27. Чинники, які впливають на зміст, характер та спрямованість комунікацій в організаціях.
28. Плани інформаційних комунікацій.
29. Аналіз ефективності каналів комунікацій.
30. Аналіз комунікативних мереж.
31. Аналіз комунікативних ролей.
32. Умови та фактори, що сприяють ефективній комунікації.
33. Комунікативні бар'єри.
34. Формування оптимальних інформаційних потоків.
35. Основні елементи забезпечення ефективних комунікацій: джерело, повідомлення, аудиторія, канали комунікацій.
36. Методи вдосконалення міжособистісних комунікацій.
37. Напрями удосконалення організаційних комунікацій.
38. Планування процесу комунікацій.
39. Розробка плану комунікацій.
40. Вибір засобу передачі повідомлення.
41. Розвиток технічної бази комунікацій.
42. Нові інформаційні технології в управлінні організацією.
43. Комунікаційна мережа.
44. Групи технічних засобів управління: прості пристрої та знаряддя праці, організаційна техніка, обчислювальні машини.
45. Створення автоматизованих робочих місць (АРМ) керівника підприємства та різних категорій спеціалістів.
46. Ділове середовище організації.

47. Комунікаційна політика організації.
48. Комуникативна служба та її призначення.
49. Соціальне значення та цілі діяльності зі зв'язків організації з громадськістю. Г
50. громадськість як соціально активна група суспільства.
51. Громадськість: поняття, структура, типологія.
52. Відносини з партнерами, клієнтами, конкурентами, інвесторами, операторами ринкової інфраструктури, консультантами, органами влади, ЗМІ.
53. Напрямки діяльності зв'язків з громадськістю сучасних організацій: зовнішні зв'язки, внутрішні зв'язки з громадськістю та зв'язки з лобістськими державними і недержавними об'єднаннями.
54. Ділові та комуникативні якості менеджера.
55. Ключові коефіцієнти ефективності (KPI) – індикатори комунікаційної ефективності менеджера.
56. Комуникативний менеджмент та управління інтегрованими та маркетинговими комунікаціями, бренд-комунікаціями, рекламними комунікаціями, PR-комунікаціями.
57. Елементи ефективного керування зв'язками з громадськістю.
58. Друкарська продукція в PR.
59. Усне мовлення в PR.
60. Благодійна діяльність PR.
61. Репутація як ключова складова іміджу сучасної організації.
62. Ризики втрати ділової репутації та управління ними.
63. Комуникативний менеджмент лояльності клієнтів (Client Relations) та брендінга.
64. Комунікації та управління конфліктами.
65. Сутність конфліктної комунікації.
66. Класифікації конфліктів в організації.
67. Функціональні та дисфункціональні конфлікти в організації.

68. Методи управління конфліктами.
69. Громадська свідомість.
70. Публічні комунікації: моделі, стратегії, технології.
71. Соціальна комунікація.
72. Комунікативно-інформаційна структура.
73. Функції та ролі публік рілейшнз в організації.
74. Громадська думка, її класифікація.
75. Реклама в процесі формування громадської думки.
76. Засоби формування громадської думки PR-службою.
77. Моніторинг матеріалів ЗМІ як напрям діяльності PR-служби.
78. Робота організацій з основними групами громадськості.
79. Зв'язки з громадськістю в кризових ситуаціях.
80. Проблеми створення іміджу організацій.
81. Організація бізнес-контактів.
82. Правила та норми проведення ділових зустрічей.
83. Правила ведення телефонних розмов.
84. Підготовка і проведення ділової зустрічі.
85. Організація ділових прийомів. Види прийомів.
86. Інтерв'ю - складова частина програми зв'язків із громадськістю.
87. Брифінг, як захід, спрямований на негайне повідомлення ЗМІ важливу інформацію.
88. Організація праці в інформаційній сфері організації.
89. Комунікаційна ефективність ЗМІ.
90. Обов'язкові елементи та фази комунікаційного спілкування.

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

Законодавча:

1. Конституція України: чинне законодавство станом на 03 січня 2017 р. - К.: Алерта, 2017. - 80 с.
2. Закон України «Про доступ до публічної інформації»: із змінами № 319-VIII від 09.04.2015 //Відомості Верховної Ради України, 2015, № 25, ст. 192.
3. Закон України «Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні» : від 16.11.92 N 2783-XII; із змінами від 18.05.2017 N 2051-VIII // Відомості Верховної Ради України, 2017, N 26, ст. 269
4. Закон України «Про електронні документи та електронний документообіг»: із змінами N 675-VIII від 03.09.2015 // Відомості Верховної Ради (ВВР). – 2015. – № 45. – Ст.410.
5. Закон України «Про інформацію»: із змінами N 1774-VIII від 06.12.2016 // Відомості Верховної Ради. – 2017. – № 2. – Ст.25
6. ДК 010-98. Державний класифікатор управлінської документації. – К., 1999.
7. ДСТУ 2628-94. Системи оброблення інформації. Оброблення тексту. Терміни та визначення. Чинний від 1995-01-07. – К., 1994.
8. ДСТУ 2392-94. Інформація та документація. Базові поняття. Терміни та визначення. Чинний від 1995-01-01. – К., 1994.
9. ДСТУ 2628-94. Системи оброблення інформації. Оброблення тексту. Терміни та визначення. Чинний від 1995-01-07. – К., 1994.
10. ДСТУ 4163-2003. Державна уніфікована система документації. Уніфікована система організаційно-розпорядчої документації. Вимоги до оформлювання документів. – К., 2003.
11. ДСТУ 4423-2005 «Інформація та документація. Керування документаційними процесами». Ч.І.: основні положення (ISO 15489-1 :2001, MOD). – К. : Держспоживстандарт України, 2007. – 28 с.

Основна:

12. Акаймова А. Комунікативні властивості іміджу та його класифікація/ А.Акаймова. //Віче, 2011.- №22. - С.2-5.
13. Брич, В. Я. Психологія управління : навч. посіб. / В. Я. Брич, М. М. Корман. - К. : Кондор, 2013. - 384 с.
14. Ведение переговоров и разрешение конфликтов = On negotiation and conflict resolution / ред. Е. Харитоновна, Р. Пискотина; пер. с англ. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2006. – 226 с.
15. Ващенко І. В., Кляп М. І. Конфліктологія та теорія переговорів : навч. посіб. - К. : Знання, 2013. - 407 с.
16. Вежель Л. М. Основи зв'язків із громадськістю : навч. посіб. - К. : Київський університет, 2011. - 123 с.
17. Виноградський, М. Д. Організація праці менеджера : навч. посіб.для студ. екон. вузів / М. Д. Виноградський, А. М. Виноградська, О. М. Шканова. - К. : Кондор, 2010. - 414 с.
18. Грайворонський М. В., Новіков О. М. Безпека інформаційно-комунікаційних систем : підруч. - К. : Видавнича група ВНУ, 2009. - 608 с.
19. Діденко А.Н. Сучасне діловодство : навч. посіб. / А. Н. Діденко ; Діденко А. Н. - 5-те вид.,. - К. : Либідь, 2009. - 384 с.
20. Етика ділового спілкування : навч. посіб./ [За ред. Т.Б. Гриценко, Т.Д. Іщенко, Т.Ф. Мельничук]. - К. : ЦУЛ, 2017. - 344 с.
21. Засекіна Л. В., Пастрик Т. В. Основи психології та міжособове спілкування: навч. посіб. - К.: Медицина, 2015. - 216 с.
22. Квіт С. Масові комунікації : підруч./ [Квіт С.]. - К. : КМ Академія, 2008. - 206 с.
23. Комп'ютерні технології обробки облікової інформації : навч. посіб. / [Під ред. В. Є. Ходакова]. - Херсон; К. : Олді-плюс; Ліра-К, 2012. - 534 с.
24. Корж, А. В. Документознавство. Зразки документів праводілової сфери : навч. посіб. / [Корж А. В.]. - 3-те вид, стереотип. - К. : КНТ, 2009. - 372 с.

25. Ломачинська І. М., Якимюк Ю. П., Ломачинська Л. В. Документально-інформаційні комунікації в системі соціальних комунікацій : навч. посіб. - 3-тє вид., перероб. і доп. - К. : ЦУЛ, 2014. - 336 с.
26. Нельке К. Проведение презентаций= Präsentieren/ [К. Нельке]. - 2-е изд., стер. - М. : Омега-Л, 2007. - 144 с.
27. Новак В. О. Організаційна поведінка : підруч. / О.О. Новак, Т.Л. Мостенська, О.В. Ільєнко. - К. : Кондор, 2013. - 498 с.
28. Орбан-Лембрик Л. Е. Психологія професійної комунікації : навч. посіб./ [Л. Е. Орбан-Лембрик]. – Чернівці : Книги-XXI, 2010. - 528 с.
29. Основи реклами і зв'язків із громадськістю : підруч./ [за заг. ред. В. Ф. Іванова, В. В. Різуна]. - К. : Київський університет, 2011. - 431 с.
30. Осовська Г.В. Комунікації в менеджменті : курс лекцій/ Г.В. Осовська. - К. : Кондор, 2008. - 218 с.
31. Палеха Ю. І., Мурейко Н. В., Оксіюк О. Г. Документально-інформаційні комунікації : навч. посіб. - К. : Ліра-К, 2014. - 386 с.
32. Палеха, Ю. І. Загальне діловодство : навч. посіб. навч. посіб. / Ю. І. Палеха. - вид. 4-те, випр. і доп. - К. : Ліра-К, 2014. - 624 с.
33. Семенюк О. А., Паращук В. Ю. Основи теорії мовної комунікації : навч. посіб. - К. : Академія, 2010. - 240 с. - Альма-матер.
34. Цюрупа М.В. Основи конфліктології та теорії переговорів : навч. посіб. - 2-ге вид., перероб., доп. - К. : Кондор, 2009. - 192 с.
35. Шевчук С.В. Українське ділове мовлення: навч. посіб. - вид.9-те, випр. і доп. - К.: Алерта, 2018. - 302 с.
36. Шевчук С. В. Усне і писемне ділове спілкування (для державних службовців) : навч. посіб. - К. : Алерта, 2015. - 448 с.
37. Яхно Т. П., Куревіна І. О. Конфліктологія та теорія переговорів : навч. посіб. - К. : ЦУЛ, 2012. - 168 с.

Додаткова:

38. Ахмед Исмаил. Организация банкетов, фуршетов, презентаций. - Ростов н/Д. : Феникс, 2003. - 448 с.

39. Байдулін О. В. Формування іміджу підприємства // Менеджмент і адміністрування: тенденції розвитку. - К. : ДП "Видавничий дім «Персонал», 2014. - С.14-16.
40. Борисенко Л. Прес-служба в діяльності сучасної компанії: інструмент маркетингу, імідж чи додатковий засіб мотивації персоналу?// Консалтинг в Україні, 2007.- №1. - С.26-28.
41. Богуш Л. Мастерство публичних презентацій: иметь или не иметь?// Отдел Кадров, 2004.- №8. - С.37-38
42. Гавкалова Н.Л. Організаційна та корпоративна культура: визначення та особливості // Інвестиції: практика та досвід, 2012.- №19. - С.4-6.
43. Доти Дороти И. Паблсити и паблик рилейшнз= Publicity and public relations/ [Доти Дороти И.]. - изд. 2-е, стереотип. - М. : Филинь, 1998. - 288 с.
44. Евстафьев В. Как организовать презентацию: ключевые элементы / В.Евстафьев. //PR-менеджер, 2009.- №9. - С.56-59; 2010.- №4. - С.55-58.
45. Комова, М. В. Діловодство : навч. посіб. / [М.. В. Комова]. - 4-те вид. - Львів-К. : Тріада плюс, «Алерта», 2011. - 220 с.
46. Лукашевич М. П., Шандор Ф. Ф. Соціологія масової комунікації : підруч. - 2-ге вид., перероб. і доп. - К. : Знання, 2015. - 367 с.
47. Максименко В. Ф. Мова професійного спілкування / В. Ф. Максименко. - Х. : Торсінг Плюс, 2008. - 512 с.
48. Мамонтов С. Тактика ведения переговоров. – СПб. : Питер, 2002. – 160 с.
49. Мендисабаль Л.Н. Паблсити как фактор развития коммуникативных взаимодействий: (социологический анализ)// Соціологічна наука і освіта в Україні, 2000.- Вип.1. - С.132-133.
50. Офицеров П. Правила проведения презентации/ П.Офицеров. PR-менеджер.- К. : Менеджмент-XXI, 2010.- №7-8. - С.55-58.
51. Пашутинський, Є. К. Діловодство кадрової служби : практич. посіб. / Є. К. Пашутинський. - 5-те вид., стереотип. - К. : КНТ, 2010. - 332 с.

52. Піл М. Успішна презентація: за тиждень.- 2-ге вид. - К. : Британська Рада в Україні, 2000.- 96 с.
53. Савельєва В. С., Єськов О. Л., Вакуленко В. М. Організаційна поведінка: навч. посіб. - К.: ЦУЛ, 2012. - 240 с.
54. Снітинський В. В., Завальницький Н. Б., Брух О. О. Діловий етикет у міжнародному бізнесі : навч. посіб. - Л. : Магнолія 2006, 2012. - 300 с.
55. Солоницын Ю. Презентация на компьютере. - С.Пб. : Питер, 2006. - 176 с.
56. Спэнгл М., Айзенхарт М. Переговоры. Решение проблем в разном контексте= Negotiation. Communication for diverse settings. - Х. : Изд-во Гуманитарный Центр, 2009. - 592 с.
57. Філоненко М. М. Психологія спілкування : підруч./ М. М. Філоненко. - К. : ЦУЛ, 2008. - 224 с.
58. Шестопапов К.Р. Проблеми формування комунікацій в сучасній організації // Управління персоналом. – 2006. – №7. – с.12.
59. Шморгун Л. Г. Менеджмент організацій : навч. посіб./ [Шморгун Л. Г.]. - К. : Знання, 2010. - 452 с.
60. Яшенкова О. В. Основи теорії мовної комунікації : навч. посіб./ [О. В. Яшенкова]. - К. : Академія, 2011. - 304 с.