

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ СЕМЕНА КУЗНЕЦЯ

"ЗАТВЕРДЖУЮ"
Заступник керівника
(проректор з науково-педагогічної роботи)


М. В. Афанасьєв

№02071211



«МЕНЕДЖМЕНТ ВЗАЄМОДІЇ»
робоча програма навчальної дисципліни

Галузь знань **07 Управління та адміністрування**
Спеціальність **076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»**
Освітній рівень **перший (бакалаврський)**
Освітня програма **Підприємництво, торгівля та біржова діяльність**

Вид дисципліни
Мова викладання, навчання та оцінювання

вибіркова
українська

Завідувач кафедри економіки підприємства
та менеджменту



Шиян Д.В.

Харків
ХНЕУ ім. С. Кузнеця
2019

ЗАТВЕРДЖЕНО

на засіданні кафедри економіки підприємства та менеджменту
Протокол № 1 від 22.08.2019 р.

Розробник:

Ушкальов В. В., к.е.н., доц. кафедри економіки підприємства та менеджменту

**Лист оновлення та перезатвердження
робочої програми навчальної дисципліни**

Навчальний рік	Дата засідання кафедри – розробника РПНД	Номер протоколу	Підпис завідувача кафедри

1. Вступ

Анотація навчальної дисципліни: сучасний бізнес є складним явищем, успішність діяльності у якому вже не може гарантуватися досконалою організацією виробництва, техніко-технологічними можливостями чи особистими якостями персоналу. Успіх у сучасному бізнесі обумовлює значна кількість різноманітних чинників, більшість з яких зосереджена в зовнішньому середовищі організації. Це ускладнює, а часто – й унеможлиблює застосування традиційних управлінських технологій щодо управління чинниками успішності, й обумовлює необхідність пошуку нових управлінських підходів, які б надавали можливість відійти від пасивних форм пристосування до зовнішнього середовища, дозволяли б зменшити невизначеність результату та підвищити керованість зовнішніх чинників. Парадигма управління об'єктом має бути змінена на парадигму управління впливами та взаємними впливами об'єктів бізнес-середовища.

Зростання рівня конкуренції, що притаманне сучасному бізнес-середовищу, також вимагає пошуку управлінських технологій, що зменшували б непродуктивні витрати на боротьбу за конкурентні позиції. Актуальним стає пошук гнучких способів уникнення прямого протистояння та перехід до стратегій взаємовигідного співіснування, що надає можливості збереження необхідного різноманіття для подальшого керованого розвитку. При цьому розширення управлінського світосприйняття стосовно можливостей взаємодії з різними контрагентами, які діють у зовнішньому середовищі, стає нагальною потребою та запорукою успіху в підприємницькій та управлінській діяльності. Фокусування на реалізації взаємовигідних стратегій «переможець – переможець» стає необхідною умовою в аналізі управлінських ситуацій та прийнятті як стратегічних, так і тактичних управлінських рішень. Міждисциплінарний характер цієї дисципліни дозволяє підняти на значно вищий рівень використання наукових знань, спрямувати їх на підвищення ефективності у взаємодії із зовнішнім середовищем, а отже – зменшити бізнес-ризик та зробити організацію більш адаптивною до дії зовнішнього середовища.

Базуючись на ретельному аналізі особливостей контрагентів та чіткому уявленні про цілі власної організації, менеджмент взаємодії зосереджений на пошуку методів прийняття взаємовигідних рішень та комунікаційних процесах, що їх забезпечують. Менеджмент взаємодії передбачає досконале володіння фахівцем як засобами аналізу й прогнозування поведінки зовнішніх контрагентів, так і комунікативними навичками щодо формування довіри, встановлення ділових контактів, проведення переговорів, забезпечення результативної взаємодії. В результаті вивчення навчальної дисципліни повинно стати формування ефективно-аналітично-прогностичної та інтеракційної моделі управлінської діяльності підприємця, фахівця з торгівлі, біржової діяльності, менеджера, їх професійних компетентностей, які дозволять вирішувати широке коло питань з підвищення ефективності та результативності діяльності організації.

Навчальна дисципліна «Менеджмент взаємодії» є вибірковою навчальною дисципліною та вивчається згідно з навчальним планом підготовки фахівців першого освітнього рівня (бакалаврського) спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність», освітньої програми «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» для всіх форм навчання.

Актуальність та роль дисципліни в системі професійної підготовки майбутніх фахівців обумовлюється необхідністю формування у них уявлень про закономірності взаємодії контрагентів у бізнес-середовищі, про методи аналізу їх особливостей, прогнозування поведінки та реалізацію взаємодії, що підвищували б ефективність та результативність діяльності організації. Також актуальним є розвиток здатності до спільної діяльності, ефективно-професійної комунікації, оволодіння навичками самоорганізації. Все це вимагає оволодіння сучасним управлінським інструментарієм та методологією «м'якого впливу» в управлінні взаємодіючими автономними соціотехнічними системами.

Мета навчальної дисципліни: формування у студентів знань теорії та практики управління взаємодією із зовнішніми контрагентами, розуміння сутності та особливостей рефлексивних технологій, формування на цій основі професійних компетентностей з прийняття управлінських рішень та ділової комунікації, що необхідні для забезпечення ефективної діяльності організацій в оточуючому середовищі.

Для досягнення мети поставлені такі основні **завдання:**

опанування теоретичними положеннями менеджменту взаємодії;

оволодіння методами та принципами аналізу, прогнозування та реалізації взаємодії;

формування вмінь та навичок здійснення ділової комунікації в процесах взаємодії із зовнішніми контрагентами;

формування професійного бачення можливостей взаємодії;

розвиток умінь та професійно важливих якостей, необхідних для забезпечення результативної взаємодії.

Об'єктом навчальної дисципліни є управління взаємодією автономних соціо-технічних та економічних систем.

Предметом навчальної дисципліни є теоретико-методологічні, методичні та організаційно-економічні аспекти управління взаємодією.

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен:

знати:

сутність, категорії та концепції менеджменту взаємодії;

роль та значення взаємодії в процесі забезпечення результативності та ефективності діяльності організацій;

специфіку реалізації управлінських функцій в управлінні взаємодією;

теоретичні основи побудови результативної взаємодії в бізнес-середовищі;

інструменти та методи аналізу взаємодії;

форми та методи проведення ділових переговорів;

методи та засоби розв'язання конфліктних ситуацій;

особливості, методи аналізу та реалізації взаємодії з клієнтами;

особливості, методи аналізу та реалізації взаємодії з інвесторами;

особливості, методи аналізу та реалізації взаємодії з постачальниками;

особливості, методи аналізу та реалізації взаємодії з владними структурами та їх представниками;

особливості, методи аналізу та реалізації взаємодії з місцевими спільнотами;

інформаційні та соціально-психологічні аспекти організації взаємодії;

підходи до оцінки ефективності управління взаємодією.

вміти:

здійснювати оцінку можливостей щодо налагодження та реалізації взаємодії;

здійснювати прогнозування розвитку економічних стосунків та економічної поведінки контрагентів в процесі реалізації управлінської взаємодії;

встановлювати ділові контакти та формувати взаємовигідні стосунки з контрагентами;

здійснювати профайлінг контрагентів для налагодження взаємодії у діловому середовищі;

організовувати та здійснювати результативні ділові переговори;

здійснювати моніторинг комунікативних чинників та обирати релевантні засоби для розв'язання конфліктних ситуацій;

визначати особливості та організовувати взаємодію з клієнтами, інвесторами, постачальниками, владними структурами та місцевими спільнотами.

здійснювати оцінку ефективності управління взаємодією.

Курс	3	
Семестр	2	
Кількість кредитів ECTS	4	
Аудиторні навчальні заняття	лекції	30
	практичні	30
Самостійна робота	60	
Форма підсумкового контролю	залік	

Структурно-логічна схема вивчення навчальної дисципліни:

Попередні дисципліни	Наступні дисципліни
Філософія	Маркетинг
Менеджмент	Підприємництво
Політична економія	Економіка бізнесу
Мікроекономіка	Лідерство та партнерство в підприємницькій діяльності
Макроекономіка	Лідерство та партнерство в торговельній діяльності

2. Компетентності та результати навчання за дисципліною

Компетентності	Результати навчання
Здійснювати оцінку можливостей для ділової взаємодії та на її основі формувати взаємовигідні відносини в діловій комунікації	<p>Розуміти роль, переваги та можливості взаємодії у бізнесі</p> <p>Оцінювати рівень довіри до ділових партнерів та формувати необхідний рівень довіри у ділових відносинах</p> <p>Здійснювати оцінку інтересів та якостей ділового партнера, та на їх основі прогнозувати ділову поведінку</p> <p>Попереджати конфлікти в діловій взаємодії та володіти методами розв'язання конфліктів</p> <p>Визначати маніпуляції в діловій комунікації та елімінувати їх в процесі ділової взаємодії</p> <p>Володіти методами проведення ділових переговорів</p>
Обирати методи та засоби забезпечення ефективності ділової взаємодії з представниками різних зацікавлених сторін ділового середовища	<p>Оцінювати інтереси, якості та наміри найманих працівників та формувати з ними взаємовигідні відносини</p> <p>Оцінювати інтереси, якості та наміри клієнтів та формувати з ними взаємовигідні відносини</p> <p>Оцінювати інтереси, якості та наміри інвесторів та формувати з ними взаємовигідні відносини</p> <p>Оцінювати інтереси, якості та наміри постачальників та формувати з ними взаємовигідні відносини</p> <p>Здійснювати лобювання та захист інтересів організації у взаємодії з владними структурами</p> <p>Формувати взаємовигідні стосунки з місцевими спільнотами</p> <p>Оцінювати ефективність заходів з управління взаємодією</p>

3. Програма навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1 Основи управління взаємодією в бізнесі

Тема 1. Взаємодія в бізнесі

1.1. *Поняття та сутність управління взаємодією.* Роль управління взаємодією у забезпеченні успішності діяльності організації. Менеджмент взаємодії як чинник підвищення адаптивності організації. Менеджмент взаємодії як управління можливостями. Переваги та недоліки взаємодії. Цілі взаємодії.

1.2. *Особливості менеджменту взаємодії.* Відмінності традиційного управління та менеджменту від менеджменту взаємодії: відмінності в об'єкті, суб'єкті, цілях та владних повноваженнях. Управління стосунками із зовнішніми контрагентами. Управління можливостями. «М'який» вплив. Децентралізоване управління.

1.3. *Завдання, функції та процеси менеджменту взаємодії.* Завдання менеджменту взаємодії. Функції менеджменту взаємодії в комерційній організації. Управлінські процеси в менеджменті взаємодії. Особливості управлінської комунікації в менеджменті взаємодії.

Тема 2. Оцінка та формування довіри в бізнесі

2.1. *Довіра як чинник результативності взаємодії.* Поняття довіри. Роль довіри у формуванні економічних відносин. Атрибути довіри. Переваги та загрози довіри в бізнесі. Види довіри. Рівні довіри.

2.2. *Структура та оцінка довіри.* Складові довіри. Підходи до вимірювання довіри. Розрахунок коефіцієнта довіри за Д. Майстером, Ч. Гріном, Р. Галфордом. Достовірність, надійність, близькість та рівень орієнтації на власні інтереси під час оцінки довіри.

2.3. *Методи формування довіри.* Методи формування довіри, орієнтовані на свідомість. Методи формування довіри, орієнтовані на підсвідомість. Методи формування симпатії. Невербальні прояви поваги та уваги. Підстроювання в комунікаційному процесі. Логічні рівні за Р. Ділтсом.

Тема 3. Управління емоціями в діловій взаємодії

3.1. *Емоції в діловому спілкуванні.* Поняття емоції. Місце емоцій в структурі комунікації. Емоції та емоційні процеси: афекти, настрій, почуття, переживання. Системність емоцій. Функції емоцій в регуляції поведінки та діловій взаємодії. Класифікації емоцій.

3.2. *Базові емоції та їх невербальні ознаки.* Роль базових емоцій в життєдіяльності та процесах комунікації. Види базових емоцій та їх невербальні ознаки. Кроскультурність базових емоцій. Адаптивні функції емоцій радості, гніву, суму, відрази, страху, подиву, презирства. Природні та фальшиві емоції. Ознаки фальшивих емоцій.

3.3. *Управління емоційними станами.* Поняття емоційного інтелекту. Модель емоційних станів в управлінні поведінкою. Завдання управління емоційними станами. Види емоційних станів. Відмінності емоційних станів та невербальні прояви. Критерії ідентифікації емоційних станів. Методи управління емоційними станами. Самоконтроль та саморегуляція емоцій. Прийоми цілеспрямованої зміни емоційних станів. Засоби, що підвищують напругу в діловій взаємодії. Засоби, що зменшують напругу у діловій взаємодії.

Тема 4. Конфлікти у діловій взаємодії та шляхи їх подолання

4.1. Поняття, структура та функції конфлікту. Функції конфліктів. Конфліктна ситуація. Інцидент. Конфліктоген. Види конфліктогенів. Ознаки конфлікту. Причини конфліктів. Схема розвитку конфлікту. Основні фази конфлікту.

4.2. Підходи до подолання конфліктів. Структурний підхід до розв'язання конфлікту. Структурні елементи конфлікту. Сторони конфлікту. Предмет конфлікту. Образ конфліктної ситуації. Мотиви конфлікту. Позичії конфліктуючих сторін. Методи та засоби впливу на структурні елементи конфлікту. Стратегічний підхід до розв'язання конфлікту. Види стратегій розв'язання конфлікту: «переможець – переможець», «переможець – переможений», «переможений – переможець», «переможений – переможений», стратегія компромісу. Умови ефективності застосування стратегій. Чинники розв'язання конфлікту. Дії в конфліктній ситуації.

4.3. Навички комунікації в конфлікті. Самоконтроль у конфліктній ситуації. Реакція на емоції. Критика. Реакція на критику в конфлікті. Правила безконфліктного спілкування. Інструменти управління поведінкою. «Триходівка» для нейтралізації гніву. Пауза як інструмент управління конфліктом. Правила критики. Прийоми конструктивного реагування на критику.

Тема 5. Профайлінг у діловій взаємодії

5.1. Поняття та сутність профайлінгу. Профайлінг як засіб оцінки та прогнозування поведінки ділового партнера. Цілі профайлінгу. Складові профайлінгу. Завдання профайлінгу. Інструменти профайлінгу. Оцінка невербальної поведінки. Оцінка вербальної поведінки. Оцінка особливостей контексту, що обумовлюють поведінку. Етапи побудови психологічного профілю людини. Емоційне профілювання. Діагностика цілей та цінностей. Діагностика характеру. Лінгвістичний та пресупозиційний аналіз мови

5.2. Метапрограмний профайлінг. Поняття метапрограми. Поняття метапрограмного профайлінгу. Види метапрограм. Характеристики та індикатори основних метапрограм. Метапрограма «активність – пасивність». Метапрограма мотивації «наближення – віддалення». Метапрограма «внутрішня референція – зовнішня референція». Метапрограма самоорганізації «альтернативи – рецепти». Метапрограма фокусу уваги «загальне – часткове». Метапрограма аналізу «схожість – відмінність». Види стратегій переконання.

Тема 6. Маніпуляції, обман та способи їх виявлення

6.1. Джерела, механізм та форми обману у бізнесі. Джерела обману в бізнесі. Механізм обману. Основні форми брехні. Замовчування шляхом опущення інформації. Сутність, характеристика та особливості видів замовчування: відсутність відповіді; «амнезія»; ігнорування; «філософська» відповідь; тиск на совість; тиск на жалість; демонстрація нерозуміння; скарги на контекст; компліменти; комунікація про комунікацію. Сутність, характеристика та особливості видів спотворення інформації: посилені виправдання; «атака питаннями»; тирада; виверт замість прямої відповіді; подання правди у вигляді брехні; правда з приховування істинних причин емоцій; легенда чи напівправа.

6.2. Розпізнавання обману. Розпізнавання обману як виявлення невідповідностей у вербальній та невербальній поведінці. Сенсорна чутливість та її роль у розпізнаванні обману. Шляхи підвищення сенсорної чутливості. Методи розпізнавання обману, що засновані на логіці. Горизонтальний аналіз. Вертикальний аналіз інфор-

мації. Психологічні методи розпізнавання обману: ключі очного доступу, калібрування емоцій.

6.3. Маніпуляції та їх попередження. Поняття маніпуляції. Види маніпуляцій. Запитання-капкани та їх цілі. Види запитань-капканів. Перевірка компетентності. Демонстрація знань. Питання, що збивають з теми. Провокаційні запитання. Етапи маніпулятивного впливу на поведінку. Протидія маніпуляціям. Засоби протидії маніпуляціям: моніторинг емоцій; психологічне самбо; конструктивна критика; цивілізована конфронтація.

Тема 7. Ділові переговори

7.1. Поняття та роль ділових переговорів. Сутність та роль переговорного процесу в бізнесі. Особливості ділових переговорів. Етапи ділових переговорів. Завдання етапів ділових переговорів. Ділові переговори як процес продажу вигід. Етапи процесу продажу вигід.

7.2. Види ділових переговорів. Принципові переговори, жорсткі переговори, «війна». Особливості принципових переговорів. Особливості жорстких переговорів. Особливості переговорів виду «війна». Цілі та методи ведення переговорів різних видів.

7.3. Забезпечення ділових переговорів. Інформаційне забезпечення. Матеріально-технічне забезпечення. Організаційне забезпечення. Соціально-психологічне забезпечення. Збір інформації про ділового партнера: аспекти та методи. Методи аналізу структури ділової інформації про партнера: професійна роль; особисті якості; зона контакту; розрив контакту; зона небезпеки; зона натиску; зона впливу; зона діагностики; діловий стиль. Інструменти підготовки до ділових переговорів. «Переговорна решітка». Переговорний стиль та його критерії. Принципи врегулювання протиріч.

Змістовий модуль 2

Управління взаємодією із зацікавленими сторонами

Тема 8. Управління взаємодією з клієнтами

8.1. Цілі та особливості взаємодії з клієнтами. Значення клієнтів для організації. Роль та значення взаємодії з клієнтами. CRM як концепція управління взаємовідносинами з клієнтами. Інтереси клієнта в контексті взаємодії. Інтереси компанії щодо взаємодії з клієнтами. Типові запити клієнтів.

8.2. Підготовка до роботи з клієнтами. Критерії готовності до взаємодії. Зміст інформації щодо підготовки. Структура знань про власну ділову пропозицію. Знання власних переваг як основа аргументації ділової пропозиції. Знання власних недоліків як база з подолання можливих заперечень. Структура знань про ринок збуту та підходи до оцінки: контингент клієнтів, потреби та мотиви, частота, обсяг та умови придбання, специфічні особливості. Структура знань про конкурентів. Оцінка пропозиції.

8.3. Технології продажів. Етапи продажу. Зміст та технології встановлення контакту. Методи орієнтації в ситуації клієнта та виявлення його інтересів. Техніки збору інформації. Презентація пропозиції та продаж вигід. Технології відповідей на заперечення. Завершення контакту: цілі, варіанти, прийоми. Елементи програми лояльності. Оцінка ефективності програм лояльності. Оцінка поведінки. Оцінка ставлення.

Тема 9. Управління взаємодією з інвесторами

9.1. Цілі та особливості взаємодії з інвесторами. Види інвесторів та їх особливості. Інтереси інвестора. Інтереси компанії щодо інвестора. Типові фінансові запити інвесторів. Критерії прийняття інвестиційних рішень інвестором. Ключові критерії.

9.2. Підготовка до роботи з інвесторами. Зміст підготовки до роботи з інвесторами. Цілі управління взаємовідносинами з інвесторами. Критерії контролю за діловими ризиками. Підготовка до управління зв'язками з інвесторами через ЗМІ. Підготовка пропозицій щодо утримання інвесторів. Типові форми шахрайства в фінансових звітах при інформуванні інвесторів.

9.3. Управління зв'язками з інвесторами. Зв'язки з інвесторами (IR) як концепція управління взаємодією. Завдання Презентація проекту. Завдання IR. Види угод з інвестором. Ключові питання угоди з інвесторами. Інструменти управління IR: річний та щоквартальний звіт, інтернет-сторінка для інвесторів, інформаційні повідомлення, презентації.

Тема 10. Управління взаємодією з постачальниками

10.1. Цілі та особливості взаємодії з постачальниками. Supplier Management (SM) як концепція управління взаємодією з постачальниками. Види постачальників. Інтереси постачальника. Інтереси компанії щодо постачальника. Ключові критерії щодо постачальників. Ключові критерії постачальників.

10.2. Підготовка до роботи з постачальниками. Структура підготовки до роботи з постачальниками. Типові завдання щодо постачальників. Типові завдання роботи з постачальниками. Ризики та загрози у роботі з постачальниками. Типові критерії оцінки постачальників. Критерії вибору постачальника.

10.3. Управління зв'язками з постачальниками. Supplier Relationship Management (SRM) як технологія побудови довгострокових відносин з постачальниками. Стратегії задоволення потреб постачальника. Організаційні процеси щодо реалізації стратегій. Оцінка ризиків роботи з постачальниками. Умови реалізації партнерських взаємовідносин. Укладання домовленостей та оформлення відносин з постачальником. Зміст етапів роботи з постачальниками.

Тема 11. Управління взаємодією з владними структурами

11.1. Цілі та особливості взаємодії з владними структурами. Значення взаємодії з владними структурами. Government Relations (GR) як концепція побудови взаємовідносин з органами влади. Відмінності GR-менеджменту від лобювання. Функції GR-менеджменту. Види владних структур. Інтереси органів влади. Інтереси компанії щодо органів влади. Типові запити органів влади. Можливості, що виникають в наслідок взаємодії з органами влади.

11.2. Підготовка до роботи з органами влади. Зміст підготовки до роботи з органами влади. Оцінка відповідності діяльності законодавству. Внутрішні процеси та проблеми правового поля організації. Стратегії щодо забезпечення потреб органів влади. Внутрішні процеси забезпечення стратегій взаємодії з органами влади. Етапи розробки GR-програми.

11.3. Забезпечення взаємодії з органами влади. Методи GR-менеджменту. Засоби впливу на органи влади. Письмові звернення. Виступи в ЗМІ. Фінансова підтримка суспільних, ділових чи політичних організацій. Участь у роботі комісій та комітетів. Розробка законопроектів. Проведення опитувань.

Тема 12. Управління взаємодією з місцевими спільнотами

12.1. Цілі та особливості взаємодії з місцевими спільнотами. Значення взаємодії з місцевими спільнотами. Особливості взаємодії з місцевими спільнотами. Інтереси місцевих спільнот щодо компанії. Інтереси компанії щодо місцевих спільнот. Типові запити місцевих спільнот. Можливості, що виникають в наслідок взаємодії з місцевими спільнотами.

12.2. Підготовка до роботи з місцевими спільнотами. Зміст підготовки до роботи з місцевими спільнотами. Оцінка можливостей компанії. Оцінка потенційних вигід від роботи з місцевими спільнотами. Стратегії щодо забезпечення потреб місцевих спільнот. Розробка планів та програм роботи з місцевими спільнотами.

12.3. Забезпечення взаємодії з місцевими спільнотами. Методи моніторингу потреб місцевих спільнот. Форми та методи взаємодії з місцевими спільнотами. Письмові звернення. Виступи в ЗМІ. Фінансова підтримка суспільних, ділових структур чи територіальних громад. Благодійність та соціальна відповідальність.

Тема 13. Оцінка ефективності взаємодії

13.1. Теоретичні засади оцінки ефективності взаємодії. Індикатори, критерії та показники оцінки ефективності взаємодії. Моделі та концепції оцінки ефективності взаємодії. Рівні ефективності.

13.2. Методи оцінки ефективності взаємодії. Визначення цілей оцінки ефективності. Вибір ключових показників ефективності. Обґрунтування бази порівняння. Економічні, іміджеві, соціальні аспекти оцінки ефективності взаємодії. Оцінка ефективності окремих заходів взаємодії.

13.3. Напрями підвищення ефективності взаємодії. Індивідуальні характеристики та компетентності у підвищенні ефективності взаємодії. Підвищення групових процесів. Підвищення ефективності когнітивних та соціальних процесів у взаємодії. Підвищення ефективності взаємодії шляхом впливу на контекст взаємодії.

4. Порядок оцінювання результатів навчання

Методи контролю

Органічною складовою навчального процесу є систематичний, комплексний - контроль процесу й результатів формування професійних компетентностей відповідно до вимог державних стандартів освіти, а також адаптації до загальноєвропейських вимог, визначених Європейською системою залікових кредитів (далі ЄКТС).

Система оцінювання знань, умінь та навичок студентів враховує види занять, які згідно з програмою навчальної дисципліни передбачають лекційні та практичні заняття, самостійну роботу та отримання підсумкового заліку.

Порядок поточного оцінювання знань з дисципліни для студентів денної форми навчання.

Поточний контроль здійснюється під час проведення лекційних, практичних та семінарських занять, і має на меті перевірку рівня сформованості професійних компетентностей та їх складових.

Поточний контроль успішності навчальної діяльності студента здійснюється за складовими: оцінка результативності у формуванні практичних умінь, що є складовими професійної компетентності (в процесі проведення практичних занять); контроль

сформованості теоретичних знань (у вигляді проведення контрольних робіт за матеріалом тем навчальної дисципліни та колоквиумів); контроль успішності індивідуальної та самостійної роботи (передбачає оцінювання результатів самостійної роботи та виконання домашніх завдань); контроль активності у процесі засвоєння теоретичного матеріалу (оцінювання активності студента під час лекційної роботи). Не отримані бали за основними видами робіт студенту може бути компенсовано балами за написання та опублікування наукової статті – до 20 балів(*)).

Проміжний контроль.

Проміжний контроль рівня сформованості компетентностей за дисципліною здійснюється у формі колоквиуму, що передбачає проведення тестування та вирішення трьох завдань: стереотипного, діагностичного та евристичного. Проміжний контроль здійснюється двічі за семестр. Сума балів, яку студент може набрати за умови успішного проходження першого та другого колоквиумів – 13 балів за перший та 14 балів за другий.

Тестове завдання містить 20 запитань одиничного і множинного вибору щодо перевірки знань основних категорій та теоретичних положень навчальної дисципліни. Для оцінювання рівня відповідей студентів на тестові завдання використовуються такі критерії: оцінка 7 балів ставиться, якщо студент дає 18 – 20 правильних відповідей; оцінка 6 балів – 15 – 17 правильних відповідей; оцінка 5 балів – 12 – 14 правильних відповідей; оцінка 4 бали – 9 – 11 правильних відповідей, оцінка 3 бали – 6 – 8 правильних відповідей, оцінка 2 бали – 3 – 5 правильних відповідей, оцінка 1 бал – 1 – 2 правильних відповіді, оцінка 0 – за відсутності правильних відповідей.

Тести для проміжного контролю обираються із загального переліку тестів до тем, що вивчаються в межах модулів навчальної дисципліни.

Завдання стереотипного та діагностичного рівнів становлять ситуативні задачі за тематикою змістового модулю, що можуть містити розрахункові елементи. Успішне розв'язання стереотипного завдання у колоквиумі оцінюється в 1 бал; діагностичного – у 2 бали; евристичного – у 3 бали під час першого колоквиуму, й у 4 бали – під час другого.

Критеріями оцінки правильності вирішення стереотипного завдання є відповідність дій еталонному алгоритму вирішення та правильність розрахунку.

Критеріями оцінки правильності вирішення діагностичного завдання є правильність вибору методу рішення, що відповідає умовам ситуації, та правильність розрахунку.

Вирішення евристичного завдання передбачає виявлення рівня сформованості у студента здатності до практичного застосування набутих умінь та вибору оптимального шляху розв'язання комплексної проблеми, що містить елементи невизначеності, в межах тематики навчальної дисципліни.

Критеріями, за якими оцінюється успішність вирішення студентом евристичного завдання є: правильність у відборі релевантної інформації; логіка побудови алгоритму дій; правильність використання обраного інструментарію (та, додатковий критерій евристичного завдання другого колоквиуму - оптимальність обраного варіанту дій). Дотримання студентом кожного із зазначених критеріїв оцінюється в 1 бал.

Підсумковий контроль.

Формою підсумкового контролю успішності оволодіння навчальним матеріалом дисципліни є залік. Умовою отримання заліку з дисципліни є виконання студентом у відповідні терміни передбачених видів аудиторної та індивідуальної навчальної роботи та сума балів за їх своєчасне представлення не менше 60-ти.

Розподіл балів, які отримують студенти

Модуль	Теми змістовного модуля	Навчальний тиждень	лекції	практичні	ДЗ	есе	поточні КР	Колоквіум	Наукова стаття*	Сума
МВ 1	Тема 1	1 тиждень	1	2		2				5
	Тема 2	2 тиждень	1	2	2					5
	Тема 3	3 тиждень	1	2	2					5
	Тема 4	4 тиждень	1	2	2		3			8
	Тема 5	5 тиждень	1	2	2					5
	Тема 6	6 тиждень	1	2	2					5
		7 тиждень	1					13		14
МВ 2	Тема 7	8 тиждень	1	2	2					5
	Тема 8	9 тиждень	1	2	2					5
	Тема 9	10 тиждень	1	2	2					5
	Тема 10	11 тиждень	1	2	2					5
	Тема 11	12 тиждень	1	2	2		3			8
	Тема 12	13 тиждень	1	2	2					5
	Тема 13	14 тиждень	1	2	2					5
15 тиждень		1					14		15	
Усього			15	26	24	2	6	27	20*	100

* Не отримані бали за основними видами робіт студенту може бути компенсовано балами за написання та опублікування наукової статті (до 20 балів).

Шкала оцінювання: національна та ЄКТС

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ЄКТС	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену, курсового проєкту (роботи), практики	для заліку
90 – 100	A	відмінно	зараховано
82 – 89	B	добре	
74 – 81	C		
64 – 73	D	задовільно	
60 – 63	E		
35 – 59	FX	незадовільно	не зараховано
1 – 34	F		

5. Рекомендована література

Основна

1. Ушкальов В. В. Менеджмент взаємодії : конспект лекцій / укл. В. В. Ушкальов. – Харків : ХНЕУ, 2019. – 84 с.

2. Методичні рекомендації до виконання практичних завдань з навчальної дисципліни «Менеджмент взаємодії» для студентів спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» першого (бакалаврського) рівня / В. В. Ушкальов. – Харків : ХНЕУ, 2019. – 48 с.

Додаткова

3. Белянин А. В. Доверие в экономике и общественной жизни / А. В. Белянин, В. П. Зинченко. – Москва : Фонд «Либеральная миссия», 2010. – 164 с.
4. Вердербер Р. Психология общения / Р. Вердербер, К. Вердербер. – Санкт-Петербург : ПРАЙМ-ЕВРОЗНАК, 2003. – 320 с.
5. Гоулстон М. Я слышу вас насквозь. Эффективная техника переговоров / М. Гоулстон. – Москва : Манн, Иванов и Фербер, 2018. – 272 с.
6. Кеннеди Г. Договориться можно обо всем! Как добиваться максимума в любых переговорах / Г. Кеннеди ; пер. с англ. – Москва : Альпина Бизнес Букс. 2007. – 396 с.
7. Кови С. Скорость доверия: то, что меняет всё / С. Кови мл., Р. Меррил. – Москва : Альпина Паблишер, 2010. – 425 с.
8. Кузнецов В. В. Психология взаимопонимания. Неправда, ложь, обман / В. В. Кузнецов. – Санкт-Петербург : Питер, 2008. – 288 с.
9. Кузьмина Т. В. Эффективное манипулирование поведением человека / Т. В. Кузьмина. – Москва : Дашков и К, 2010. – 144 с.
10. Купрейченко А.Б. Психология доверия и недоверия / А. Б. Купрейченко. – Москва : Изд. «Институт психологии РАН», 2008. – 571 с.
11. Маккензи Д. Psychopath Free. Как распознать лжеца и манипулятора среди партнеров, коллег, начальников и не стать жертвой обмана / Д. Маккензи. – Москва : Азбука-Аттикус, 2016. – 280 с.
12. Мерманн Э. Коммуникация и коммуникабельность / Э. Мерманн ; пер. с нем. – Харьков : Изд. Гуманитарный Центр, 2007. – 296 с.
13. Мессинжер Ж. Я вижу вас насквозь. Научитесь читать человека как книгу / Ж. Мессинжер, К. Мессинжер. – Харьков : Книжный Клуб «Клуб Семейного Досуга» ; Белгород : ООО «Книжный клуб «Клуб семейного досуга»», 2017. – 512 с.
14. Моррис Д. Наблюдая за человеком : Фундаментальное исследование ВСЕХ невербальных сигналов / Д. Моррис ; пер. с англ. Н. Караева. – Москва : КоЛибри, Азбука-Аттикус, 2017. – 672 с.
15. Нили Э. Призма эффективности: Карта сбалансированных показателей для измерения успеха в бизнесе и управления им / Э. Нили, К. Адамс, М. Кеннерли ; пер. с англ. – Днепропетровск : Баланс-Клуб, 2003. – 400 с.
16. Рызов И. Жесткие переговоры. Как получать выгоду в любых обстоятельствах : практ. пособие / И. Рызов. – Москва : Московский финансово-промышленный университет «Синергия», 2014. – 144 с.
17. Сивожелезов П. Сложные переговоры с подчиненными. Практическое пособие для руководителя / П. Сивожелезов. – Москва : Синергия, 2017. – 256 с.
18. Сидоренко Е. В. Тренинг коммуникативной компетентности в деловом взаимодействии / Е. В. Сидоренко. – Санкт-Петербург : Речь, 2008. – 208 с.
19. Филатов А. В. Профайлинг. Как разбираться в людях и прогнозировать их поведение / А. В. Филатов. – Москва : Издательские решения, 2017. – 430 с.

Інформаційні ресурси

20. Ильинская И. Как добиться бесконфликтного взаимодействия в бизнесе? [Электронный ресурс] / И. Ильинская. – Режим доступа : <https://hr-portal.ru/article/kak-dobitsya-beskonfliktnogo-vzaimodeystviya-v-biznese>.
21. Золоторенко М. Определение понятия – деловое партнерство и его виды; принципы, правила, достоинства и недостатки совместного ведения бизнеса [Электронный ресурс] / М. Золоторенко. – Режим доступа : <https://mentors.team/finansy/biznes-partnerstvo.html>.