

### АНОТАЦІЯ

Назва дисципліни / освітнього компонента	Управління конфліктами
Освітня програма	Маркетинг
Компонент освітньої програми	вибірковий
Загальна кількість кредитів та кількість годин для вивчення дисципліни	3 кредитів / 90 годин
Вид підсумкового контролю з	залік
Мова викладання	українська
Викладач	Панюк Тетяна Петрівна
CV викладача на сайті кафедри	<a href="https://meet.google.com/jgs-dnnz-poz">https://meet.google.com/jgs-dnnz-poz</a>
E-mail викладача	<a href="mailto:tetiana.paniuk@rshu.edu.ua">tetiana.paniuk@rshu.edu.ua</a>
Консультації	Очні та online консультації згідно з графіком консультацій

#### Мета та завдання навчальної дисципліни

Навчальна дисципліна «Управління конфліктами» розглядає аспекти визначення придатності людини до керівної діяльності; вивчає причини і наслідки конфлікту; розкриває зміст функцій конфлікту; значна увага приділяється взаєминам і спілкуванню людей при виконанні спільних завдань, вивченню методики прогнозування, діагностування та попередження конфліктів, генерації і пошуку нових ідей з управління конфліктами, створенню системи управління та визначенню ефективності управління конфліктами в організації.

Навчальна дисципліна «Управління конфліктами» є вибірковою навчальною дисципліною для усіх спеціальностей. Вона покликана формувати у студентів такі компетентності як здатність визначати причин конфліктів, проведення діагностики та вирішення конфліктів, здатність управління конфліктами та їх запобігання.

Діяльність сучасних організацій свідчить про необхідність формування компетентностей, знань і навичок у сфері управління, діагностики, профілактики і прогнозування конфліктів. З розвитком ринкових умов і впровадженням конкурентних відносин в Україні ці питання набувають усе більшої значимості, оскільки конкуренція являє собою варіант конфліктної ситуації, яка при визначених умовах переростає у конфлікт. Тому на етапі реформування національної вищої освіти

набуває практичного значення питання впровадження дисципліни «Управління конфліктами» в систему підготовки фахівців всіх спеціальностей. Компетентності, що формуються, не тільки пізнавально-теоретичні, а суто практичні: допомогти людям зрозуміти, що робити у конфліктній ситуації. Уникнути конфліктів та їхніх наслідків неможливо, тому й постала потреба ознайомитись з їхньою суттю, динамікою, досвідом вирішення, прогнозування та запобігання.

Знання, які може здобути особистість, вивчаючи дисципліну «Управління конфліктами», підвищать її професійну і інтелектуальну компетентність, а вміле їх використання на практиці реально засвідчить професійну майстерність фахівця й особистості.

Мета навчальної дисципліни: надання майбутнім фахівцям знання необхідних теоретичних основ про природу конфліктів, методичних рекомендацій, практичних навичок у їх вирішенні, вироблення вмінь контролювати конфліктну ситуацію, ефективно управляти конфліктами в організаціях та прагматично їх використовувати задля реалізації власних цілей.

В ході вивчення дисципліни здобувачі повинні уміти розв'язувати складні задачі і проблеми, що потребують оновлення та інтеграції знань, часто в умовах неповної/недостатньої інформації та суперечливих вимог та приймати рішення у складних і непередбачуваних умовах, що потребує застосування нових підходів та прогнозування.

Компетентності:

- навички міжособистісної взаємодії;
- здатність обирати і застосовувати ефективні засоби управління маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі.

#### **Очікувані результати навчання**

Вміти розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням крос-функціонального характеру її реалізації.

Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проекти у сфері маркетингу та управляти ними.

Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта.

Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу.

Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень.

Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів.

Використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта.

Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання.

Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку.

### **Зміст навчальної дисципліни**

#### **Змістовий модуль 1. Загальна теорія конфлікту**

Тема 1. Розвиток науки про конфлікт як навчальної дисципліни

Тема 2. Сутність конфлікту та його структура

Тема 3. Види конфліктів та причина їх виникнення

Тема 4. Динаміка конфлікту та механізм його виникнення

## **Змістовий модуль 2. Регулювання конфліктної взаємодії**

Тема 5. Процес управління конфліктами

Тема 6. Методи та форми управління конфліктами

Тема 7. Профілактика конфліктів в організації