



ХМЕЛЬНИЦЬКА ОБЛАСНА РАДА
ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ УПРАВЛІННЯ ТА ПРАВА
ІМЕНІ ЛЕОНІДА ЮЗЬКОВА

ЗАТВЕРДЖЕНО

Рішення методичної ради університету

28 серпня 2021 року,
протокол № 1.

Перша проректорка, голова методичної
ради університету, кандидатка наук з
державного управління, доцентка

[Signature] Ірина КОВТУН



28 серпня 2021 року

НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНІ МАТЕРІАЛИ
з навчальної дисципліни
«КОМУНІКАТИВНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ»
для підготовки на першому (освітньому) рівні
здобувачів вищої освіти освітнього ступеня бакалавра
із спеціальності 242 Туризм
галузі знань 24 Сфера обслуговування
денної форми навчання

м. Хмельницький
2021

РОЗРОБНИК:

Доцентка кафедри публічного управління та адміністрування, кандидатка наук з державного управління, доцентка
25.08.2021 року

_____ Тетяна ГАМАН

СХВАЛЕНО

Рішення кафедри публічного управління та адміністрування
27.08.2021 року, протокол № 1.

Завідувач кафедри, доктор наук з державного управління, кандидат економічних наук, доцент
27.08.2021 року

_____ Едуард ЩЕПАНСЬКИЙ

Деканеса факультету управління та економіки, кандидатка економічних наук, доцентка
28.08.2021 року

_____ Тетяна ТЕРЕЩЕНКО

ЗМІСТ

	Стор.
1. Структура вивчення навчальної дисципліни	– 4
1.1. Тематичний план навчальної дисципліни	– 4
1.2. Лекції	5
1.3. Семінарські (практичні, лабораторні) заняття	– 6
1.4. Самостійна робота студентів	– 14
1.5. Індивідуальні завдання	– 23
1.6. Підсумковий контроль	– 26
2. Схема нарахування балів	– 28
3. Рекомендовані джерела	– 29
4. Інформаційні ресурси в Інтернеті	– 34

1. Структура вивчення навчальної дисципліни

1.1. Тематичний план навчальної дисципліни

	Назва теми	Кількість годин												
		Денна форма навчання						Заочна форма навчання						
		Усього	у тому числі					Усього	у тому числі					
			Лекції	Сем. (прак).	Лабор.	Ін.зав.	СРС		Лекції	Сем. (прак).	Лабор.	Ін.зав.	СРС	
1.	Комунікативний менеджмент: поняття, сутність, сфера його застосування	10	2	2	-	-	7	-	-	-	-	-	-	
2.	Процес та види комунікацій	10	2	2	-	-	7	-	-	-	-	-	-	
3.	Труднощі та бар'єри комунікації. Психологічні аспекти ефективної комунікації	10	2	2	-	-	8	-	-	-	-	-	-	
4.	Професійна комунікація. Організація спілкування та взаємодії	10	2	2	-	-	8	-	-	-	-	-	-	
5.	Етика ділового спілкування. Діловий етикет	10	2	2			7	-	-	-	-	-	-	
6.	Конфлікти, комунікативні кризи: сутність, особливості, протидія	10	2	2			8	-	-	-	-	-	-	
7.	Ділові комунікації як бізнес-процес	10	2	2			8	-	-	-	-	-	-	
8.	Технології комунікативного менеджменту	10	2	2	-	-	8	-	-	-	-	-	-	
9.	Міжкультурні комунікації в туризмі	10	2	2	-	-	8	-	-	-	-	-	-	
	Усього годин	105	18	18	-	-	69	-	-	-	-	-	-	

1.2. Лекції

№ з/п	Назва і план теми	Кількість годин
1	2	3
1.	Комунікативний менеджмент: поняття, сутність, сфера його застосування	2
1.1.	Характеристика навчальної дисципліни. Поняття та суть комунікативного менеджменту.	
1.2.	Типологія, рівні, функції комунікативного менеджменту.	
1.3.	Комунікація в туризмі.	
1.4.	Туристична комунікавістика.	
2.	Процес та види комунікацій	2
2.1.	Сутність комунікацій. Місце комунікацій у процесі управління.	
2.2.	Комунікаційний процес, його елементи.	
2.3.	Класифікація, види, форми комунікацій.	
2.4.	Формальні та неформальні комунікації.	
2.5.	Організація процесів комунікації. Комунікаційні мережі.	
3.	Труднощі та бар'єри комунікації. Психологічні аспекти ефективної комунікації	2
3.1.	Характеристика психологічних аспектів комунікації.	
3.2.	Типологія слухачів.	
3.3.	Сприйняття інформації. Що заважає слухати і чути?	
3.4.	Міжособистісна комунікація та її функції.	
3.5.	Комунікаційні бар'єри та перешкоди.	
4.	Професійна комунікація. Організація спілкування та взаємодії	2
4.1.	Поняття та сутність професійного спілкування.	
4.2.	Психологічні складові процесу спілкування.	
4.3.	Комунікативна компетентність. Поняття емоційного інтелекту.	
4.4.	Вербальні та невербальні комунікації.	
5.	Етика ділового спілкування. Діловий етикет	2
5.1.	Етика як система знань про міжлюдські відносини.	
5.2.	Професійна етика.	
5.3.	Основи ділового етикету.	
5.4.	Культура ділового спілкування.	
6.	Конфлікти, комунікативні кризи: сутність, особливості, протидія	2
6.1.	Загальні питання менеджменту кризи.	
6.2.	Управління в кризових ситуаціях (для ознайомлення).	
6.3.	Природа конфлікту. Комунікативні аспекти конфліктної взаємодії.	
6.4.	Врегулювання конфліктів. Стратегії управління конфліктами.	
7.	Ділові комунікації як бізнес-процес	2
7.1.	Організація переговорних процесів.	
7.2.	Абетка проведення ділових прийомів.	
7.3.	Ділові контакти і проблема спілкування.	
7.3.1.	Конфлікт або контакт.	
7.3.2.	Складові ефективності ділового спілкування (активне слухання; мистецтво переконання (13 правил).	
7.4.	Майстерність публічного виступу.	

1	2	3
8.	Технології комунікативного менеджменту	2
8.1.	Зовнішнє середовище комунікацій. Зв'язки з громадськістю.	
8.2.	Як сформувати позитивний імідж.	
8.3.	Репутаційний менеджмент. Брендінг у системі організаційних комунікацій.	
8.4.	Проблеми міжнародного іміджу України і українців у розбудові туристичної інфраструктури.	
9.	Міжкультурні комунікації в туризмі	2
9.1.	Зміст і поняття міжнародних комунікацій.	
9.2.	Типологія ділових культур світу (характеристики ділових культур, ціннісні розходження ділових культур).	
9.3.	Комунікації із зарубіжними партнерами.	
9.4.	Особливості організації співробітництва з представниками різних країн і культур.	
	Усього	18

1.3. СЕМІНАРСЬКІ ЗАНЯТТЯ

Семінарське заняття 1

Тема 1. Комунікативний менеджмент: поняття, сутність, сфера його застосування

Питання для усного опитування та дискусії

1. Комунікативний менеджмент як теорія і практика управління соціальними комунікаціями.
2. Зміст, напрями, завдання та функції комунікативного менеджменту. Типологія, рівні, функції комунікативного менеджменту.
3. Інформація в комунікаційному менеджменті: поняття, види, вимоги до інформації.
4. Основи туристичної комунікавістики.

Аудиторна робота

Визначення та обговорення особливостей туристичної комунікавістики.

Методичні рекомендації

Ключові терміни та поняття: комунікативний менеджмент, напрями комунікативного менеджменту (формування корпоративної ідентичності; зв'язки з громадськістю, зв'язки з медіа, внутрішні комунікації, електронні комунікації, аналіз зворотного зв'язку, зв'язки з акціонерами, інвесторами і партнерами; брендінг; формування іміджу і управління репутацією; програми просування); туристична комунікавістика.

Особливу увагу слід звернути на такі питання:

- поняття та суть комунікативного менеджменту;
- технології та інструменти комунікативного менеджменту;
- типологія, рівні, функції комунікативного менеджменту (типологія комунікативного менеджменту розглядається в аспектах: ієрархічно-територіального рівня і простору управління; базових сфер суспільства (державно-правової, економічної, соціальної, духовної); галузево-функціональних видів менеджменту; ієрархічно-регулятивного рівня управління; часового простору управління);
- суспільний, адміністративний, комунікативний менеджмент організацій;
- стратегічний, операційний, технічний комунікативний менеджмент;
- комунікація в туризмі.
- туристична комунікавістика.

Семінарське заняття 2

Тема 2. Процес та види комунікацій

Питання для усного опитування та дискусії

1. Комунікаційний процес та його основні елементи:
 - а) поняття комунікацій, комунікаційного процесу;
 - б) основні елементи комунікаційного процесу, його функції і структура;
 - в) зворотній зв'язок, його особливості та форми надання;
 - г) ефективність комунікацій.
2. Вимоги до організації комунікаційного процесу.
3. Формальні та неформальні комунікації в підрозділах установи (підприємства, організації):
 - а) види і призначення комунікацій;
 - б) комунікації між установою і середовищем; врахування зовнішнього та внутрішнього оточення;
 - в) комунікації «керівник – підлеглий», «керівник – робоча група»;
 - г) неформальні комунікації (непідтверджені повідомлення і чутки, менеджмент «нишпорки», несловесні комунікації).
4. Особливості використання різних форм комунікації у сфері туризму:
 - а) комунікації з точки зору турфірми і туристів;
 - б) маркетингова комунікація з потенційними і діючими клієнтами;
 - в) ділова комунікація з партнерами, туроператорами;
 - г) звітна комунікація з регулюючими органами.

Аудиторна робота

Визначте поняття комунікації й основні підходи до нього в суспільстві та бізнесі. Заповніть таблицю в наведеному шаблоні.

«комунікація» Підходи до визначення поняття	Визначення

Спробуйте сформулювати власне визначення поняття «комунікація». Я вважаю, що комунікація – це _____

Методичні рекомендації

Ключовими термінами, на розумінні яких базується засвоєння навчального матеріалу теми, є: інформація, види інформації, комунікація, комунікаційний процес, види, форми комунікацій, формальні та неформальні комунікації, комунікаційні мережі.

З метою глибокого засвоєння навчального матеріалу при самостійному вивченні теми студенту варто особливу увагу зосередити на таких аспектах:

- сутність комунікацій, місце комунікацій у процесі управління;
- елементи комунікаційного процесу;
- поняття інформації як основи комунікацій;
- види інформації (інформація про фізичну особу; довідково-енциклопедичного характеру; про стан довкілля (екологічна інформація); про товар (роботу, послугу); науково-технічна інформація; податкова; правова інформація; статистична; соціологічна інформація та ін.);
- класифікація, форми та види комунікацій;
- зовнішні, внутрішні комунікації;
- формальні (вертикальні, горизонтальні, діагональні) та неформальні комунікації;
- непідтверджені повідомлення і чутки; менеджмент «нишпорки»; несловесні комунікації;
- комунікативні характеристики чуток;

- письмові, усні, невербальні комунікації;
- організація процесів комунікації, комунікаційні мережі.

Семінарське заняття 3

Тема 3. Труднощі та бар'єри комунікації. Психологічні аспекти ефективної комунікації

Питання для усного опитування та дискусії

1. Сутність та принципи ефективної комунікації.
2. Труднощі комунікації, основні групи помилок комунікації.
3. Зміст, типологія, причини виникнення бар'єрів в комунікації.
4. Психологічні аспекти міжособових комунікації.

Аудиторна робота

Характеристика замовників туристичних послуг з якими не варто мати справу.

Методичні рекомендації

Ключовими термінами, на розумінні яких базується засвоєння навчального матеріалу теми, є: кола Ейлера; сприйняття інформації; комунікаційні бар'єри, комунікаційні перешкоди, дифамація, міжособистісна комунікації, функції міжособистісних комунікацій, комунікаційні бар'єри, комунікаційні перешкоди.

З метою глибокого засвоєння навчального матеріалу при самостійному вивченні теми студенту варто особливу увагу зосередити на таких аспектах:

- базові положення ефективної комунікації;
- типологія слухачів;
- сприйняття інформації;
- відсіювання інформації;
- чотири рівні слухання;
- міжособистісна комунікація та її функції;
- характеристика психологічних аспектів комунікації (привернення уваги адресата, формулювання повідомлення, доведення повідомлення до адресата, забезпечення розуміння; визнання адресатом важливості інформації; виконання дій);
- місткість каналів комунікації;
- комунікаційні бар'єри та перешкоди;
- особистісні, фізичні, семантичні комунікаційні бар'єри.

Семінарські заняття 4

Тема 4. Професійна комунікація. Організація спілкування та взаємодії

Питання для усного опитування та дискусії

1. Поняття та сутність спілкування. Функції спілкування. Стилі спілкування.
2. Роль емоційного інтелекту в спілкуванні.
3. Особливості взаємодії вербальних, невербальних комунікацій. Віртуальне спілкування в професійній діяльності.
4. Організація спілкування та взаємодії. Роль міжособистісної комунікації.

Аудиторна робота

Сформулювати практичні рекомендації щодо здійснення усних комунікацій у сфері туризму.

Методичні рекомендації

Ключовими термінами, на розумінні яких базується засвоєння навчального матеріалу теми, є: спілкування, професійне спілкування; стилі ділового спілкування; емоційний інтелект; комунікативна компетентність; вербальні, невербальні комунікації (кінесика, паралінгвістика, екстралінгвістика, проксемика); віртуальне спілкування.

З метою глибокого засвоєння навчального матеріалу при самостійному вивченні теми студенту варто особливу увагу зосередити на таких аспектах:

- поняття та сутність професійного спілкування;
- функції спілкування;
- стилі ділового спілкування (демократичний, ліберальний, авторитарний, комплексний);
- емоційний інтелект;
- комунікативна компетентність;
- компетентності емоційного інтелекту (самоусвідомлення, самоорганізація, соціальне усвідомлення, соціальне управління);
- вербальні та невербальні комунікації;
- кінесика, паралінгвістика, екстралінгвістика, проксемика;
- маніпулювання та переконання.

Семінарське заняття 5

Тема 5. Етика ділового спілкування. Діловий етикет

Питання для усного опитування та дискусії

1. Етика ділових комунікацій. Види етичних норм і правил, особливості індивідуальної етики.
2. Загальнолюдські етичні норми. Норми права vs норми моралі.
3. Етика туризму. Ідеологічна етика, національна, професійна етика, релігійна етика, організаційна (корпоративна) етика.
4. Діловий етикет: основні функції, принципи, правила і норми.
5. Культура ділового спілкування.

Аудиторна письмова робота

Сформулюйте якості й опишіть портрет сучасного ідеального працівника туристичної сфери.

Методичні рекомендації

Ключовими термінами, на розумінні яких базується засвоєння навчального матеріалу теми, є: цінності, етика, мораль, норми моралі, норми права, види етичних норм і правил, деонтологія, етика туризму, діловий етикет, культура ділового спілкування, компроміс, консенсус.

З метою глибокого засвоєння навчального матеріалу при самостійному вивченні теми студенту варто особливу увагу зосередити на таких аспектах:

- етика як система знань про міжлюдські відносини;
- суспільна мораль;
- професійна етика;
- норми моралі, норми права;
- основи ділового етикету;
- види етикету (придворний (при дворах монархів), дипломатичний, військовий, світський (повсякденний), службовий, діловий);
- основні правила ділового етикету;
- культура ділового спілкування /комунікаційна культура;
- рівні моральної культури спілкування (гуманістичний, маніпулятивний, ритуальний).

Семінарське заняття 6

Тема 6. Конфлікти, комунікативні кризи: сутність, особливості, протидія

Питання для усного опитування та дискусії

1. Визначення конфлікту. Конфліктні ситуації. Класифікація конфліктів.
2. Типи соціально-психологічних конфліктів та стратегії їх розв'язання. Медіація.
3. Комунікативні кризи: від поняття до шляхів їх подолання.

4. Комунікаційна стратегія і комунікаційні плани.
5. Правила комунікацій на початку, під час розгортання тривалої та непрогнозованої кризи. Вихід з кризи.

Аудиторна робота

1. Дайте характеристику найбільш поширеним видам комунікативних конфліктів та проведіть їх порівняння. Зробіть висновок.

Види комунікативних конфліктів	Характеристика
Відкритий конфлікт	
Прихований конфлікт	
Мотиваційні конфлікти	
Цільовий конфлікт	
Статусний конфлікт	
Індивідуальний конфлікт	
Груповий конфлікт	
Конфлікт вибору	
Конфлікт протилежного сприйняття	
Конфлікт потреби і соціальної норми	

2. У таблиці поміщені ключові поняття та їхні визначення негативних наслідків конфлікту. Встановіть, якому поняттю ліворуч відповідає наведене праворуч визначення, вказавши потрібний номер.

Поняття	№	Визначення
1	2	3
Невроз		1. Сукупність захисних фізіологічних реакцій, які виникають в 35 нав'язливого стану організмі людини у відповідь на вплив різних несприятливих факторів (агресорів).
Агресивні реакції		2. Вид неврозу, властивий переважно жінкам, характерним є швидка зміна настрою, примхи, схильність до зовнішніх ефектів, намагання вразити оточуючих.
Істерія		3. Реакції, коли суб'єкт може визнати, що він сам є причиною фрустрації, тоді його агресивність супроводжується соромом, відчуттям провини, муками сумління.
Фрустрація		4. Наслідки конфлікту, який проявляється у вигляді постійно виснажливих бентежних думок, передчуттів, страхів, побоювань.
Стрес		5. Агресивні реакції, спрямовані на предмети і сторонніх людей, які ніби відповідальні за невдачу, збій, перешкоду. Такі реакції супроводжуються роздратуванням, гнівом, обуренням.
Екстрапунітивні/агресивні реакції		6. Похідна нервового стресу, закономірний результат, що виникає при спілкуванні, бар'єри якого наклалися на помилки і прорахунки. Це – розплата за невміння спілкуватися з іншими людьми.

1	2	3
Інтрапунітивні реакції		7. Психологічна реакція організму, пов'язана з емоційним розладнанням, яке викликане неочікуваними перешкодами.
Неврастенія (нервова слабкість)		8. Реакції, спрямовані не на причину, а на привід, перешкоду, яка виникла раптово. Людина часто шукає «козла відпущення» й зриває на ньому свою досаду.
Неагресивні реакції		9. Психічний стереотип, який викликає ускладнення в спілкуванні. В основі його можуть бути найрізноманітніші фактори: дефекти вимови, дискомфорт тих або інших аспектів спілкування, комплекс неповноцінності, який раніше сформувався, ніяковості.
Страх бути неправильно зрозумілим		10. Стан, який не завжди викликає агресивність, але може призвести до різних поведінкових реакцій.

Методичні рекомендації

Ключовими термінами, на розумінні яких базується засвоєння навчального матеріалу теми, є: менеджмент кризи, публіцитний капітал, криза, конфлікт, взаємодія, медіація.

З метою глибокого засвоєння навчального матеріалу при самостійному вивченні теми студенту варто особливу увагу зосередити на таких аспектах:

- кризовий менеджмент;
- особливості кризи;
- три основних складових кризи;
- можливі позитивні й негативні наслідки кризи;
- типологія криз;
- визначення та критерії кризових ситуацій;
- основні характеристики кризи;
- управління в кризових ситуаціях;
- природа конфлікту;
- комунікативні аспекти конфліктної взаємодії;
- врегулювання конфліктів;
- стратегії управління конфліктами (пряме спілкування, прямі переговори, сприяння, медіація, арбітраж, суд, примус).

Семінарське заняття 7

Тема 7. Ділові комунікації як бізнес-процес

Питання для усного опитування та дискусії

1. Технологія організації й проведення ділових переговорів.
2. Стратегія, техніка, стилі ведення переговорів у різних країнах світу.
3. Організація ділових прийомів. Види прийомів.
4. Проведення ділових зустрічей (правила, норми, діловий протокол).

Аудиторна робота

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

Поняття	№	Визначення
1	2	3
Дебати		1. Вид ділового спілкування, який веде до об'єднання думок, поглядів, до компромісу та формулювання спільних позицій.

1	2	3
Полеміка		2. Обмін думками в публічній формі (на зборах, засіданнях, конференціях), метою яких є з'ясування відносин учасників обговорення до загальних тез виступу.
Канали передачі		3. Форма ситуаційного контакту, всі її компоненти повинні бути обґрунтовані й мотивовані.
Ділова бесіда		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.
Розмова		5. Укладання юридичної угоди з будь-якою особою, яка запропонувала найвигідніші умови, результатом яких є угода і певна домовленість.
Спір		6. Засоби для передачі сигналів від джерела до одержувача.
Торги		7. Спілкування, встановлення та підтримання контактів, переконання когось у чомусь і головне тут, що учасниками виступають не два суб'єкти, а декілька.
Переговори		8. Публічний спір, предметом якого є наукова або суспільно значуща проблема (це публічний захист тез, захист соціальних проєктів, 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.

Методичні рекомендації

Ключовими термінами, на розумінні яких базується засвоєння навчального матеріалу теми, є: переговори, дискусія, диспут, спір, торги, розмова, полеміка, дебати, ділові прийоми, ділові контакти, комунікативна поведінка, комунікативне уміння, конфліктоген, функції вербальних комунікацій, культура мови, публічний виступ.

З метою глибокого засвоєння навчального матеріалу при самостійному вивченні теми студенту варто особливу увагу зосередити на таких аспектах:

- організація переговорних процесів;
- підготовка до переговорів (внутрішньо організаційна готовність);
- проведення переговорів, кінцеві цілі переговорів;
- правила проведення ділових прийомів (раціональність, розуміння, спілкування, достовірність, тон переговорів);
- типи, види прийомів, протокол;
- ділові контакти;
- проблема ділового спілкування;
- конфлікт або контакт;
- складові ефективності ділового спілкування (активне слухання; мистецтво переконання);
- базові функції вербальних комунікацій (інформаційна, прагматична, експресивна);
- специфічні функції вербальних комунікацій (емоційна, описова, контактна, функція вираження думки);
- складові публічного виступу.

Семінарське заняття 8

Тема 8. Технології комунікативного менеджменту

Питання для усного опитування та дискусії

1. Формування зв'язків з громадськістю (publicrelations), зв'язків з акціонерами, з інвесторами і партнерами (investorrelations). Особливості зв'язків із засобами масової інформації (mediarelations).
2. Створення персонального та організаційного бренду. Брендінг у системі організаційних комунікацій.
3. Стереотип, імідж, репутація – визначення та розмежування понять. Як сформувати позитивний імідж.
4. Репутаційний менеджмент. Характеристика моделі формування корпоративної репутації.

Аудиторна робота

Проаналізувати сьогоднішню іміджеву ситуацію в Україні з точки зору кризових загроз і туристичної привабливості.

Методичні рекомендації

Ключовими термінами, на розумінні яких базується засвоєння навчального матеріалу теми, є: зв'язки з громадськістю, пропаганда, пабліситі, громадськість, стейкхолдери, громадська думка, комунікаційна система, стереотип, імідж, репутація, бренд, фірмовий стиль, репутаційний менеджмент.

З метою глибокого засвоєння навчального матеріалу при самостійному вивченні теми студенту варто особливу увагу зосередити на таких аспектах:

- комунікаційний менеджмент як робота з громадськістю і громадською думкою задля встановлення і підтримання ефективних взаємовідносин, атмосфери взаєморозуміння і довіри як в середині організації, так і між організацією та її цільовими аудиторіями;
- етапи становлення зв'язків з громадськістю: ера маніпулювання (початок 19 ст.), ера інформування /пабліситі (початок 20 ст.), початок ери переконання /пропаганди – 1923 р., ера суспільне розуміння (кінець 20 ст. розвиток зв'язків з громадськістю як довгострокових відносин);
- зв'язки з громадськістю як самостійна функція менеджменту;
- відмінність між пропагандою, рекламою та зв'язками з громадськістю;
- особливості комунікативних зв'язків із ЗМІ, партнерами, інвесторами і громадськістю;
- розмежування понять «імідж», «стереотип» та «репутація»;
- формування корпоративного іміджу;
- етапи формування корпоративної репутації (корпоративна ідентичність, корпоративний імідж, корпоративна репутація);
- створення бренду; фірмовий стиль, його складові елементи; ділова атрибутика.

Семінарське заняття 9

Тема 9. Міжкультурні комунікації в туризмі

Питання для усного опитування та дискусії

1. Характеристика основних напрямків налагодження міжнародних інформаційних зв'язків. Ризики і переваги сучасного інформаційного світу.
2. Національний, регіональний та глобальний рівні ділової культури.
3. Типи культур світу (моноактивні, поліактивні, реактивні) і їх особливості.
4. Ділові контакти з іноземними партнерами (країни Європи, Азії, Латинської Америки, Африки, США та інші).

Аудиторна робота

Дискусія про міжкультурні комунікації й міжкультурну взаємодію на тему: «Чому американці часто усміхаються, а фіни дуже прямолінійні?»

Методичні рекомендації

Ключовими термінами, на розумінні яких базується засвоєння навчального матеріалу теми, є: міжнародні комунікації; зовнішні зв'язки з громадськістю, партнерами, інвесторами, державними установами; національний, регіональний, глобальний рівні ділової культури; типи культур світу: моноактивні, поліактивні, реактивні.

З метою глибокого засвоєння навчального матеріалу при самостійному вивченні теми студенту варто особливу увагу зосередити на таких аспектах:

- поняття і зміст міжнародних комунікацій;
- напрямки налагодження міжнародних зв'язків: формування іміджу; інформування; робота з громадською думкою; підготовка прийняття рішень, підтримка ідей, рішень, дій; забезпечення довіри; спонукання до співробітництва; просування на міжнародну арену ідей, цінностей, товарів, послуг;
- типологія ділових культур світу (характеристики ділових культур, ціннісні розходження ділових культур);
- національний, регіональний та глобальний рівні ділової культури (культурні відмінності: критерії, зміст та значення для сфери туризму);
- презентація інтересів, просування організації за кордоном;
- комунікації із зарубіжними партнерами;
- особливості організації співробітництва з представниками різних країн і культур.

1.4. САМОСТІЙНА РОБОТА СТУДЕНТІВ

Семінарське заняття 1

Тема 1. Комунікативний менеджмент: поняття, сутність, сфера його застосування

Самостійна робота. Практичні завдання

Обрати і виконати два завдання із запропонованих.

Завдання 1. Знайти визначення понять «персональні дані», «публічна інформація», «конфіденційна інформація» згідно з діючим законодавством. У чому відмінність між інформацією і дифамацією?

Завдання 2. Як оцінюється роль комунікаційного менеджменту в туристичній сфері? Визначити особливості туристичної комунікавистики.

Завдання 3. Підготувати змістовну екскурсію рідним місто для туристів з України, які вперше у місті: для представників інвесторів з інших держав (на вибір Португалія, Польща, Індія, Китай, Німеччина).

Завдання 4. Проаналізуйте особистісні якості (уміння), що сприяють ефективному спілкуванню, а також якості, що викликають його труднощі.

Тест «Який я у спілкуванні»

Інструкція. Уважно прочитайте питання і дайте відповідь «так», «так і ні», «ні». Відповідайте відверто, так як це потрібно вам.

Чи багато у тебе друзів?

Чи завжди ти можеш підтримати розмову в компанії друзів?

Чи можеш ти подолати замкненість, сором'язливість у спілкуванні з людьми?

Чи буває тобі нудно наодинці з самим собою?

Чи завжди ти можеш знайти тему для розмови, коли зустрічаєш знайомого?

Чи можеш ти не показувати своє роздратування при зустрічі з неприємною тобі людиною?

Чи завжди вмієш приховати поганий настрій, не переносячи його на близьких?

Чи можеш помиритися першим після сварки з другом?

Чи можеш утриматися від різких зауважень при спілкуванні з близькими людьми?

Чи здатен ти у спілкуванні піти на компроміс?

Чи вмієш ти у спілкуванні ненав'язливо відстоювати свою точку зору?

Чи утримуєшся ти в розмові від осудження знайомих під час їх відсутності?

Чи виникає в тебе бажання, коли ти дізнався щось цікаве, розповісти це друзям?

Обробка результатів. За кожну позитивну відповідь, тобто «так», поставте собі три бали. За кожну відповідь «так і ні» – 2 бали. За кожну негативну відповідь «ні» – 1 бал.

Інтерпретація результатів.

Від 30 до 39 балів. Ви людина товариська, маєте задоволення від спілкування з близькими знайомими і незнайомими людьми. Ви цікавий у спілкуванні, друзі і знайомі цінують вас за вміння вислухати, зрозуміти, дати пораду. Але не переоцінюйте своїх можливостей, іноді ви буваєте занадто балакучі. Будьте уважними до співрозмовників, слідкуйте за їх реакцією, старайся не стати нав'язливим.

Від 20 до 29 балів. Ви в міру товариська людина, але у спілкуванні зазнаєте деяких труднощів. Друзів у вас мало, не завжди можете знайти спільну мову із знайомими людьми. Іноді у розмові буваєте нестриманим, неврівноваженим. Треба бути щирим, уважним, доброзичливим у ставленні до своїх співрозмовників. Крім того, не завадило б подолати деяку невпевненість у собі.

До 20 балів. Ви людина сором'язлива, замкнута, у компанії майже завжди мовчите, віддаєте перевагу самотності, а не спілкуванню з людьми. Хоча це зовсім не значить, що у вас немає друзів і знайомих. Очевидно, вони цінують вас за вміння вислухати, зрозуміти, пробачити. Але, якщо вам хочеться вільно висловлювати свою точку зору, дискутувати на рівних, стати цікавим співрозмовником, треба подолати свою сором'язливість і бути щирим у суперечці, активно підтримувати розмову. А щоб вислови не видавалися недоречними, вам слід розвивати й удосконалювати навички спілкування. Крім того, можливо, ви дуже критично ставитесь до себе, до своїх знань, умінь, здібностей.

Питання для самоконтролю

1. Поняття і процес комунікації в менеджменті.
2. Ефективність комунікації в умовах ринку.
3. Види і форми комунікацій.
4. Інформація та її види.

Семінарське заняття 2

Тема 2. Процес та види комунікацій

Самостійна робота. Практичні завдання. Обрати і виконати два завдання.

Завдання 1. Маємо відповідність: зона мовчання масової комунікації дорівнює зоні чутки, зона «говоріння» чутки дорівнює зоні мовчання масової комунікації. Завдання: проаналізувати інформацію за останню добу в засобах масової комунікації та визначити одну-дві «зони мовчання», які найбільш обговорюються і як подаються.

Завдання 2. За К. Юнгом «чутка є непрямим виявленням колективного несвідомого, певних архетипових феноменів, певних бажань. Чутка – відповідь на колективні тривожні очікування, які зберігаються в кожному». Завдання: знайти типи чуток: чутка-бажання, чутка-опудало, агресивна чутка, які циркулювали останній рік в інформаційному просторі і стосувалися туристичної сфери.

Завдання 3. Виберіть афоризм, у якому найповніше розкрита сутність цієї теми. Обгрунтуйте ваш вибір.

1. «Найбільше з достоїнств оратора – не тільки сказати те, що потрібно, але і не сказати того, що не потрібно» (Цицерон).

2. «Пліткарки – ті, хто говорить з вами про інших; зануди – ті, хто говорить з вами про себе; а блискучі співрозмовники – ті, хто говорить з вами про вас» (Л. Керк).

3. «Якщо хочеш дізнатися правду в суперечці, вислухай обидві сторони і не вір жодній» (Генрі Уїлер Шоу).

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!» (Роско 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 одноставність» (Публій Корнелій Тацит).
8. «Покажіть мені людину, яка жодного разу не пліткувала, і я покажу вам людину, котру люди зовсім не цікавлять» (Стен Б. Уолтерс).
8. «Посередництво – спосіб об'єднати обидві сторони проти себе» (А. Декурсель).
9. «Якщо два товариші попросять тебе вирішити їх суперечку, не погоджуйся, адже ти втрадиш 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. Єлісєєв).
11. «Навіть наклеп люди прощають більш охоче, ніж повчання» (Жан-Поль Ріхтер).
12. «Навчися слухати, і ти зможеш отримати користь навіть з тих, хто говорить погано» (Плутарх).
13. «Не завжди говори, що знаєш, але завжди знай, що говориш» (Клавдій).
14. «Єдина відома розкіш – це розкіш спілкування з людьми» (Антуан де Сент-Екзюпері).
15. «Нічого люди не приймають з такого відразу, як поради» (Дж. Аддісон).

Питання для самоконтролю

1. Суть та складові елементи комунікативних навичок.
2. Комунікативна компетентність та її ознаки
3. Ефективність комунікацій всередині організації.
4. Шляхи забезпечення ефективних комунікацій.

Семінарські заняття 3

Тема 3. Труднощі та бар'єри комунікації. Психологічні аспекти ефективної комунікації

Самостійна робота. Практичні завдання.

Завдання 1. Для ілюстрації яких типів перешкод на шляху міжособових комунікацій можуть віднести наведені приклади? Запишіть свої відповіді в таблицю, поставивши «+», де приклад ілюструє конкретний тип перешкод.

Таблиця. Типи перешкод на шляху міжособових комунікацій

Найменування типів перешкод на шляху міжособових комунікацій	Приклад 1	Приклад 2	Приклад 3	Приклад 4	Приклад 5
Перешкоди, обумовлені сприйняттям					
Семантичні бар'єри					
Невербальні перешкоди					
Поганий зворотний зв'язок					
Невміння слухати					

Приклад 1. Ви входите до кабінету вашого керівника, щоб одержати певну інформацію про проект, над яким ви працюєте. Ви увійшли, а він декілька секунд продовжує розглядати папери у себе на столі. Потім дивиться на годинник і говорить відчуженим невиразним голосом: «Чим можу бути вам корисний?» Хоча його слова самі по собі не мають негативного сенсу, мова поз і жестів ясно указує, що Ви – небажане вторгнення в його роботу. З яким відчуттям ви ставитимете питання? Які думки прийдуть вам в голову швидше за все, коли наступного разу у вас виникне питання до керівника? Можна думати, вони жодним чином не

будуть позитивними. Представте тепер, як при Вашій появі в кабінеті, керівник, навпаки, відразу піднімає на вас погляд, привітно посміхається і бадьорим тоном звертається до вас: «Як просувається проект? Чим можу бути вам корисний?»

Приклад 2. Припустимо, наприклад, що один із ваших співробітників має до вас пропозицію поліпшити обслуговування споживачів. Припустимо далі, що під час останнього вашого з ним обміну інформацією ви обговорювали його схильність перевищувати ліміти представницьких витрат. Через негативне ставлення до нього, яке могло сформуватися у вас при попередній розмові, цілком імовірно ви не почувете його ідею повністю. Можливо також, що він завищив свої представницькі витрати, запросивши на обід з вином перспективного клієнта. Можливо, він вважав, що таким шляхом йому вдасться значно збільшити об'єм збуту вашого відділу. Якщо ваша позиція відносно лімітів на представницькі витрати зводиться до того, що: «перевищення ліміту завжди свідчить про слабкий контроль за коштами», що відпускаються, то ви, швидше за все, не зрозумієте його погляд на положення справ.

Приклад 3. Наприклад, до вас у офіс зайшов працівник поговорити про пов'язану з роботою проблему, і, окрім конкретних фактів, що обговорюються з вами, він раптом говорить про те, що божеволіє, оскаженілий або в захваті від чого-небудь. Про відчуття часто говорить мова поз і жестів, і тон голосу. Керівник, наприклад, середньої ланки, який дуже швидко зосереджується на конкретних фактах і питаннях, по суті справи не дає людині, що говорить, можливості поділитися з ним своїми відчуттями.

Приклад 4. Начальник відділу маркетингу (Нестор) дав своєму підлеглому (Олександр) завдання проаналізувати ринок товару, що випускається компанією. Цей аналіз потрібен був Віктору для включення в загальний маркетинговий план компанії. Віктор був упевнений, що завдання просте і зрозуміле і тому не став цікавитися, яким саме чином Олександр збирається виконати дане дослідження. Через місяць Нестор одержав звіт із аналізом ринку та зі здивуванням виявив, що ключові показники, потрібні йому для складання загального маркетингового плану, у дослідженні ринку відсутні. Замість них його підлеглий розглянув інші показники, і тому зв'язати між собою два розділи звіту виявилось важко.

Приклад 5. Якщо ви скажете своєму підлеглому: «Обов'язково зв'яжіться зі мною, якщо виникнуть які-небудь проблеми», – чи зрозуміє підлеглий, що саме ви розумієте під «проблемами»? У даному прикладі додаткове ускладнення, можливо, створюється тим, що у підлеглому виникає відчуття, немов би існування проблем – це погано. У результаті він може не вступити з вами в контакт, коли проблеми дійсно виникнуть, не дивлячись на те, що ви відчуваєте – як важливо одержувати інформацію про назріваючі або вже виниклі проблеми якнайскоріше.

Завдання 2. Наведіть власні приклади, які ілюструють конкретні типи перешкод у міжособовому спілкуванні. Для ілюстрації ситуацій можете використовувати уривки (відео) з фільмів, мультфільмів, художніх і публіцистичних творів; ілюстрації з творів образотворчого мистецтва тощо.

Питання для самоконтролю

1. Причини та види бар'єрів при спілкуванні ділових партнерів.
2. Сприйняття і розуміння як основа ефективної комунікації.
3. Створення сприятливого психологічного клімату.
4. Маніпуляції у спілкуванні.

Семінарське заняття 4

Тема 4. Професійна комунікація. Організація спілкування та взаємодії Самостійна робота. Практичні завдання.

Завдання 1. Уміння задавати питання

Таблиця. Питання

Відкриті	Закриті
дозволяють визначитися зі ставленням до обговорюваної теми і починаються зі слів:	конкретні, спрямовані на: 1) отримання відповіді «так» / «ні» від співрозмовника; 2) з'ясування конкретних фактів.
Як? Чому? Навіщо? Яким чином? Із чим це пов'язано? Як Ви пропонуєте використовувати цю ідею та ін. ?	Ви вважаєте, що вчинили правильно? Ви запізнились на пару? Скільки вам років? З ким Ви говорили? Скільки у Вас людей у підпорядкуванні?

1. Прочитайте запропоновані закриті питання. *Перепишіть їх у формі відкритих.*

✓ Закрите: Я можу Вам допомогти?

Відкриті: _____

✓ Закрите: У Вас проблема?

Відкриті: _____

✓ Закрите: Ви хочете укласти договір?

Відкриті: _____

✓ Закрите: Вам підходять наші умови?

Відкриті: _____

✓ Закрите: Ви шукайте роботу, тому що закінчили заклад вищої освіти?

Відкриті: _____

Додайте 5 варіантів Ваших питань

✓ Закрите: _____?

Відкриті: _____

✓ Закрите: _____?

Відкриті: _____

✓ Закрите: _____?

Відкриті: _____

✓ Закрите: _____?

Відкриті: _____

✓ Закрите: _____?

Відкриті: _____

Завдання 2. Підготувати текст /звернення з 5–7 речень для узгодження плану подальших дій із підлеглими співробітниками. У Вас попередньо вже відбулося обговорення, роз'яснення завдань і всі все зрозуміли. Однак завдання змінилися і Вам необхідно поставити нові або скоректуйте попередні, визначити дати і терміни виконання завдань тощо.

У тексті використовуйте фрази-мотиватори. Але спочатку виділіть їх із запропонованих фраз:

1. Це буде цікаво спробувати.
2. Я радий, що Ви підняли це питання.
3. Відмінна ідея, але ...
4. Давайте обговоримо це як-небудь іншим разом.
5. Давайте відкладемо це на майбутнє.
6. Відмінна робота!
7. Ми завжди можемо покластися на Вас.
8. Це добре в теорії. На практиці все інакше.
9. Завдяки цій ідеї ми можемо багато чого досягти.
10. Дійте!
11. Ви - перший, хто задумався над цим!
12. Як бачите, Ви можете це зробити.
13. Ми вже пробували це раніше.
14. Цього немає в бюджеті.
15. Насправді сенс сказаного полягає в ...

Питання для самоконтролю

1. Ділове спілкування. Стили спілкування. Управління емоціями.
2. Вміння говорити, слухати і чути. Сприйняття партнера.
3. Постановка запитань і техніка відповідей на них.
4. Чому методи вербальних комунікацій найбільш поширені у сфері туризму? Які вони мають переваги і які недоліки?
5. Чим писемні вербальні комунікації відрізняються від усних? Яких якостей, знань та вмінь від працівника туристичної сфери вимагають перші? Другі?

Семінарське заняття 5

Тема 5. Етика ділового спілкування. Діловий етикет

Самостійна робота. Практичні завдання

Завдання 1. Підготувати есе на одну із тем:

«Моя ефективна стратегія спілкування. Мистецтво переконання», «Етикет у моєму житті».

(Процес написання есе доцільно поділити на декілька стадій: обмірковування – планування – написання – перевірка – виправлення. Правильно написати есе означає: чітко, логічно, переконливо і цікаво висвітлити проблему; проявити свою особистість, що насамперед означає висловити оригінальні ідеї та нестандартний погляд на проблему; не соромитися бути собою; обирати найбільш цікаві приклади на підтвердження своєї точки зору, не забувати про деталі і не ховатися за шаблонами; обрати цікаву форму викладу матеріалу, щирий тон – не офіційний, але й не надто фамільярний. Якість будь-якого есе залежить від трьох взаємозалежних складових: матеріал, що буде використаний (останні публікації у глобальній мережі Інтернет, підручники і навчальні посібники, власні міркування, накопичений досвід з даної проблеми тощо); якість обробки наявного матеріалу, його організація, аргументація та докази; аргументація (наскільки точно вона співвідноситься з піднятими в есе проблемами).

Завдання 2. Готель «Потоцьких» має 23 номери на 46 гостей. Разом із власником готелю у ньому працюють 30 осіб. Декілька років тому на місці згорілого старого приміщення було побудовано новий готель, про який раніше не було жодної інформації у довіднику з туризму чи в мережі Інтернет. Сьогодні ж всі знають, що готель та ресторан «Потоцьких» є одним із найкращих закладів розміщення і харчування, що надає високий рівень послуг. Сніданки включені в оплату проживання в готелі.

Незважаючи на те, що ціни в готелі досить високі, у ньому завжди багато постояльців. В середньому готель заповнений протягом року на 80 % - це гарний показник для готельного бізнесу. У своїй роботі власник готелю керується наступними принципами: надавати послуги відповідно встановленого рівня цін; забезпечувати зацікавленість працівників у роботі, яку вони виконують; бути уважним до кожного відвідувача.

Для вивчення потреб клієнтів та виявлення існуючих в готелі проблем кожному клієнту пропонують заповнити відповідну анкету, у якій міститься прохання висловити свої враження про готель в цілому, якість організації обслуговування у ньому.

Уявіть себе у ролі консультанта і виконайте наступні завдання: самостійно складіть перелік питань для анкети із врахуванням норм ідеологічної, національної, релігійної етики гостей та норм професійної етики працівників готельно-ресторанного комплексу. Подумайте, яким чином взагалі можна зацікавити працівників у необхідності підвищення якості обслуговування в готелі «Потоцьких». Відповідь обґрунтуйте.

Завдання 3. Самопрезентація (1 хвилина).

Питання для самоконтролю

1. Особливості етики ділового спілкування. Норми права vs норми моралі.
2. Дотримання етичних правил у діловому і особистому спілкуванні, офіційному листуванні, переписці у соціальних мережах, телефонних розмовах тощо.
3. Правила ділового етикету при оформленні візитних карток, ділових подарунків.
4. Діловий стиль одягу для жінок і чоловіків: правила, традиції, особливості.

Семінарське заняття 6

Тема 6. Конфлікти, комунікативні кризи: сутність, особливості, протидія
Самостійна робота. Практичні завдання.

Завдання 1. Використовуючи наведені в таблиці приклади змодельуйте ситуації конструктивної поведінки викладача у проблемних ситуаціях під час навчання. Чи Ваші варіанти різних ситуацій з повсякденного спілкування.

№	Прийоми протидії	Характеристика методу	Ваші приклади
1	2	3	3
1.	Відповісти так, щоб «загнати» людину, яка ставить питання, в глухий кут	Краще застосовувати, якщо зауваження злісне. Можна переадресувати питання запитувачеві або аудиторії. Чи сказати: <i>«Велике спасибі за питання, обговоримо його наприкінці заняття чи на консультації»</i>	
2.	Повторіть питання чи негативне зауваження, ніби подаючи його слухачам для оцінювання	Цей прийом вдалий, якщо є впевненість у прихильному ставленні інших слухачів до вас. Можна запропонувати запитувачеві обґрунтувати своє зауваження.	
3.	Нейтралізуйте провокаційні зауваження	Цей прийом застосовується, коли Ви бачите, що Вас хочуть відвести убік від теми і перетворити Ваш виступ на дискусію. Для нейтралізації можна використовувати такі фрази: <i>«Я передбачав це питання. Однак упевнений, що буде краще і цікавіше для всіх присутніх, якщо я продовжу свій виступ».</i>	

4.	Зверніться до шляхетності присутніх	Цей прийом використовується, коли зауваження неетичне. Він впливає не стільки на запитувача, скільки на інших присутніх. Варто запитати, а як би людина сама поведилася в такій ситуації.	
5.	Попросіть запитувача почекати	Цей прийом використовується для того, щоб дати собі час підготувати відповідь. Ви можете сказати, що це питання буде розглядатися Вами в наступній темі і Ви зможете докладно висвітлити його. Але обов'язково запишіть собі питання і не забудьте його висвітлити, інакше Ви можете підірвати свій авторитет.	
6.	Уникайте негативних висловлювань на зразок «не заважайте», «я вас попереджаю»	Цей прийом необхідно використовувати завжди, особливо, коли Ви роздратовані чи не можете контролювати свій емоційний стан. Використовуйте такі фрази: <i>«Дякую Вам за питання», «Мене радує, що розглянута тема Вас торкнулася», «Мені приємно бачити, що ви сьогодні в робочому настрої»</i> і т.п.	

Завдання 2. Ознайомтесь з переліком проблемних замовників туристичних послуг і запропонуйте Ваші варіанти поведінки з ними уникаючи конфліктних ситуацій.

Що, як і коли потрібно сказати щоб «проблемних» замовників перетворити в друзів Вашого туристичного агентства:

- замовником на довірі (старий друг, сусід сусіда, знайомий знайомого);
- замовником-жаднюкою;
- замовник «сім п'ятниць на тиждень»;
- замовником, який постійно радиться з кимось;
- найрозумніший замовник, замовник всезнайка;
- замовником, який дзвонить вночі;
- постійно зникаючий замовником.

Спробуйте продовжити перелік «проблемних» клієнтів.

Питання для самоконтролю

1. Чим відрізняється кризова ситуація від кризи?
2. Що допоможе працівникам передбачити кризу або кризову ситуацію? Від чого залежить можливість запобігання криз?
3. Природа та джерело конфлікту. Зона, причина та привід конфлікту.
4. Види комунікативних конфліктів, їх характеристика. Стилі поведінки при конфлікті.

Семінарське заняття 7

Тема 7. Ділові комунікації як бізнес-процес

Самостійна робота. Практичні завдання.

Завдання 1. Майстерність публічного виступу. Підготувати публічний виступ за обраною темою на 3 хвилини (з обов'язковим дотриманням вимог до публічного виступу).

Завдання 2. Розробити план/сценарій підготовки і проведення міжнародної науково-практичної конференції на тему: «Гостинність, сервіс, туризм: досвід, проблеми, інновації». Умови: тривалість – два дні, місце проведення – ХУУП імені Леоніда Юзькова, кількість запрошених до 100 осіб, з них 10 – представники інших держав, планується видання тез конференції та ознайомчі візити в туристичні «перлини» Хмельницької області.

Завдання 3. Як передбачити все і забезпечити 100% успіх ділових заходів?

Після змістовного аналізу технологій, технік, методів, стилів і особливостей організації й проведення ділових переговорів, зустрічей, прийомів *знайти приклади порушення правил ведення зазначених заходів* і запропонувати шляхи унеможливлення подібних ситуацій або достойного виходу з них.

Питання для самоконтролю

1. Техніки, методи, стилі і особливості організації й проведення ділових переговорів, зустрічей, прийомів.
2. Різновиди ділових прийомів та правила їх проведення. Види прийомів, які існують у міжнародній практиці.
3. Відмінність комерційних переговорів від інших видів ділового спілкування.
4. Основні правила, яких слід дотримуватися для забезпечення успішних результатів переговорів, зустрічей, прийомів тощо.

Семінарське заняття 8

Тема 8. Технології комунікативного менеджменту

Самостійна робота. Практичні завдання. Виконати два на Ваш вибір.

Завдання 1. Розробити програму формування позитивного іміджу України в світі. Попередньо здійснити аналіз існуючого іміджу, визначити проблеми формування та запропонувати шляхи їх подолання чи унеможливлення виникнення проблем.

Характеристика існуючого іміджу України	Проблеми формування позитивного іміджу	Шляхи подолання

Завдання 2. Скласти прес-реліз на будь-яку обрану подію.

Завдання 3. Підготувати повідомлення з 7 речень для ректора /декана для чотирьох різних цільових аудиторій.

Тема: Звернення на випуску 4-го курсу, спеціальність Туризм.

Мета: Підтримка позитивного іміджу університету.

Цільові аудиторії: 1) студенти випускники; 2) батьки студентів; 3) викладачі університету; 4) випускники шкіл (потенційні студенти).

Питання для самоконтролю

1. Зв'язки з громадськістю як соціальний інститут комунікації.
2. Етапи становлення зв'язків з громадськістю. Проблеми ери суспільного розуміння.
3. Особливості створення особистого іміджу та формування репутації.
4. Розвиток туристичного іміджу України у світі: проблеми, виклики, загрози.

Семінарське заняття 9

Тема 9. Міжкультурні комунікації в туризмі

Самостійна робота. Практичні завдання.

Завдання 1. Країни Європи: особливості організації співробітництва з представниками цих країн.

Завдання 2. США, Канада та країни Латинської Америки: міжкультурні проблеми. Поради туристам.

Завдання 3. Японія, Китай, Індія, Туреччина, Єгипет, ОАЕ: правила етичної поведінки. Що необхідно знати готуючись до подорожей в ці країни.

Питання для самоконтролю

1. Організація співробітництва з представниками різних країн і культур.
2. Особливості спілкування з представниками різних релігій.
3. Врахування специфіки кожної країни-партнера під час ділових переговорів.
4. Шляхи вирішення міжкультурних проблем. Класифікація та комбінування стилів поведінки.

1.5. Індивідуальні завдання

Індивідуальні завдання передбачаються у формі рефератів-оглядів. Завдання обирається студентом на початку семестру і виконується за усталеними вимогами.

1.5.1. Основні вимоги до написання рефератів-оглядів

При виконанні індивідуального завдання необхідно взяти до уваги, що реферат (лат. *refereo* – доношу, повідомляю, переказую) – це короткий переказ змісту наукової роботи, книги або вчення, оформлене у вигляді письмової публічної доповіді; доповідь на задану тему, зроблена на основі критичного огляду відповідних джерел інформації (наукових праць, літератури по темі).

Зі свого боку, реферат-огляд складається на основі декількох джерел і зіставляє різні точки зору з досліджуваного питання.

Реферат-огляд, незалежно від теми, містить визначені реквізити: титульна сторінка встановленого зразка, вступ, розділи, висновки, список використаних джерел і додатки (у разі необхідності).

Обов'язково в тексті повинні бути посилання на джерела, що були використані при написанні реферату. Посилання подаються у квадратних дужках з вказівкою номера джерела, за яким воно внесене у список використаних джерел, та сторінки (якщо подається точна цитата або числові дані), наприклад [3, с. 8].

Технічні вимоги: текст має бути набраний шрифтом TimesNewRoman, 14 кеглем через 1,5 інтервали. Поля: верхнє – 2,0 см, нижнє – 2,0 см, ліве – 3,0 см, праве – 1,0 см. Загальний обсяг реферату-огляду – до 15 сторінок формату А4.

1.5.2. Темі рефератів-оглядів

1. Цілі, завдання комунікативного менеджменту як навчальної дисципліни.
2. Висвітлення проблем комунікаційного менеджменту у вітчизняній та зарубіжній літературі.
3. Правові засади комунікативного менеджменту.
4. Моральні норми міжособистісних комунікацій.
5. Формальні та неформальні комунікації в професійній діяльності.
6. Комунікативні кризи, конфлікти: сутність, особливості, протидія.
7. Особливості ділового етикету в різних країнах світу.
8. Критерії ефективності в управлінні комунікаціями.
9. Вербальні та невербальні комунікації: специфіка використання в діловому спілкуванні.
10. Культура ділового спілкування.
11. Врегулювання конфліктів. Стратегії управління конфліктами.

12. Абетка проведення ділових прийомів і зустрічей.
13. Сприйняття інформації. Що заважає слухати і чути?
14. Брендінг у системі організаційних комунікацій.
15. Як сформувати позитивний імідж: покрокова інструкція.
16. Зв'язки з громадськістю як ланка в управлінні комунікаціями.
17. Управління комунікаціями у період кризи.
18. Особливості організації співробітництва з представниками різних країн і культур.
19. Проблеми раціонального управління комунікаціями: теорія та практика.
20. Особливості управління міжособистісними комунікаціями всередині організації.
21. Технології управління комунікаціями із партнерами, клієнтами, інвесторами.
22. Комунікації та ЗМІ: проблеми управління та взаємодії.
23. Як подолати труднощі та бар'єри комунікації.
24. Особливості управління комунікаціями під час ділових переговорів.
25. Формування корпоративного іміджу.
26. Система зв'язків з громадськістю в Україні: проблеми та перспективи розвитку.
27. Взаємодія з засобами масової комунікації у надзвичайних та кризових ситуаціях.
28. Тема вільного вибору студента за погодженням із викладачем.

5.1.3. Темі наукових робіт

1. Туристична комунікавістика: сутність та розвиток.
2. Технології ведення переговорів: методи й фактори переконання.
3. Медіація: особливості використання.
4. Психологічні аспекти ефективної комунікації у сфері туризму.
5. Вплив чуток, стереотипів, міфів на процес управління комунікаціями у сфері туризму.
6. Імідж України в сучасному світі.
7. Корпоративне позиціонування, формування бренду.
8. Емоційний інтелект і управління комунікаціями.
9. Типологія ділових культур світу: місце України.
10. Етика ділового спілкування: історія, теорія, практика.
11. Переконання та маніпулювання як стратегічні завдання комунікаційного менеджменту: історія, теорія, практика.

**АХМЕЛЬНИЦЬКА ОБЛАСНА РАДА
ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ УПРАВЛІННЯ ТА ПРАВА
ІМЕНІ ЛЕОНІДА ЮЗЬКОВА
ФАКУЛЬТЕТ УПРАВЛІННЯ ТА ЕКОНОМІКИ
Кафедра публічного управління та адміністрування**

Навчальна дисципліна:
Комунікативний менеджмент

РЕФЕРАТ-ОГЛЯД
на тему:
« ... НАЗВА ТЕМИ ... »

Виконав:
Сидоренко Петро Миколайович
студент 4 курсу,
спеціальність Туризм

Перевірила:
Гаман Тетяна Василівна
доцент кафедри,
к.держ.упр.,доцент

1.6. Підсумковий контроль

Підсумковий семестровий контроль проводиться у формі екзамену.

1.6.1. Питання для підсумкового контролю

1. Комунікативний менеджмент: поняття, сутність, сфера його застосування.
2. Поняття та суть комунікативного менеджменту як навчальної дисципліни.
3. Типологія, рівні, функції комунікативного менеджменту.
4. Комунікація в туризмі.
5. Інформація в комунікативному менеджменті: поняття, види, вимоги до інформації.
6. Основи туристичної комунікації.
7. Процес та види комунікацій.
8. Сутність комунікацій. Місце комунікацій у процесі управління.
9. Комунікаційний процес, його елементи.
10. Класифікація, види, форми комунікацій.
11. Формальні та неформальні комунікації.
12. Організація процесів комунікації. Комунікаційні мережі.
13. Особливості використання різних форм комунікації у сфері туризму.
14. Маркетингова комунікація з потенційними і діючими клієнтами.
15. Ділова комунікація з партнерами, туроператорами, туристами.
16. Труднощі та бар'єри комунікації.
17. Психологічні аспекти ефективної комунікації.
18. Типологія слухачів.
19. Сприйняття інформації. Що заважає слухати і чути?
20. Міжособистісна комунікація та її функції.
21. Комунікаційні бар'єри та перешкоди.
22. Труднощі комунікації, основні групи помилок комунікації.
23. Організація спілкування та взаємодії у професійній діяльності.
24. Поняття та сутність професійного спілкування.
25. Психологічні складові процесу спілкування.
26. Комунікативна компетентність.
27. Поняття емоційного інтелекту.
28. Вербальні та невербальні комунікації: загальна характеристика.
29. Сутність та особливості вербальних комунікацій.
30. Невербальні комунікації: сутність та особливості.
31. Форми неформальних комунікацій.
32. Невербальні комунікації: кінесика, паралінгвістика, екстралінгвістика, проксемика.
33. Етика ділового спілкування.
34. Діловий етикет: теорія і практика.
35. Етика як система знань про міжлюдські відносини. Професійна етика.
36. Основи ділового етикету в різних країнах (на вибір).
37. Культура ділового спілкування.
38. Основні чинники розвитку комунікацій в системах «турфірма-турист» і «турист-турист».
39. Головні напрямки інноваційного розвитку комунікацій у сфері туризму.
40. Комунікативні характеристики чуток.
41. Конфлікти, комунікативні кризи: сутність, особливості, протидія.
42. Загальні питання менеджменту кризи.
43. Сформулюйте якості й опишіть портрет сучасного ідеального працівника туристичної сфери.
44. Віртуальне спілкування в професійній діяльності.
45. Види етичних норм і правил, особливості індивідуальної етики.
46. Характеристика замовників туристичних послуг з якими не варто мати справу.
47. Етика туризму. Ідеологічна етика, національна, професійна етика, релігійна етика, організаційна (корпоративна) етика.

48. Етика ділових комунікацій. Види етичних норм і правил, особливості індивідуальної етики.
49. Типи соціально-психологічних конфліктів та стратегії їх розв'язання. Медіація.
50. Управління комунікаціями в кризових ситуаціях.
51. Природа конфлікту. Комунікативні аспекти конфліктної взаємодії.
52. Визначення конфлікту. Конфліктні ситуації. Класифікація конфліктів.
53. Врегулювання конфліктів.
54. Комунікативні кризи: від поняття до шляхів їх подолання.
55. Комунікаційна стратегія і комунікаційні плани.
56. Правила комунікацій на початку, під час розгортання тривалої та непрогнозованої кризи. Вихід з кризи.
57. Ділові комунікації як бізнес–процес.
58. Абетка проведення ділових прийомів.
59. Ділові контакти і проблеми спілкування.
60. Технологія організації й проведення ділових переговорів.
61. Стратегія, техніка, стилі ведення переговорів у різних країнах світу.
62. Організація ділових прийомів. Види прийомів.
63. Проведення ділових зустрічей (правила, норми, діловий протокол).
64. Складові ефективності ділового спілкування (активне слухання; мистецтво переконання).
65. Майстерність публічного виступу.
66. Зовнішнє середовище комунікації. Зв'язки з громадськістю.
67. Стереотип, імідж, репутація – визначення та розмежування понять.
68. Як сформувані позитивний імідж.
69. Репутаційний менеджмент. Характеристика моделі формування корпоративної репутації.
70. Створення персонального та організаційного бренду.
71. Формування зв'язків з громадськістю, зв'язків з акціонерами, з інвесторами і партнерами.
72. Особливості зв'язків із засобами масової інформації та ЗМК.
73. Етапи становлення зв'язків з громадськістю. Проблеми «ери суспільного розуміння».
74. Брендінг у системі організаційних комунікацій.
75. Проблеми міжнародного іміджу України і українців у розбудові туристичної інфраструктури.
76. Міжкультурні комунікації в туризмі.
77. Зміст і поняття міжнародних комунікацій.
78. Типологія ділових культур світу (характеристики ділових культур, ціннісні розходження ділових культур).
79. Особливості організації співробітництва з представниками різних країн і культур.
80. Ділові контакти з іноземними партнерами (країни Європи, Азії, Латинської Америки, Африки, США та інші (на вибір)).
81. Характеристика основних напрямків налагодження міжнародних інформаційних зв'язків. Ризики і переваги сучасного інформаційного світу.
82. Національний, регіональний та глобальний рівні ділової культури.
83. Типи культур світу (моноактивні, поліактивні, реактивні) і їх особливості.
84. Комунікації із зарубіжними партнерами.

1.6.2. Структура екзаменаційного білета

Структура екзаменаційного білета складається з трьох теоретичних питань, які розглядалися під час лекційних, семінарських занять і самостійної роботи студентів.

Зразок екзаменаційного білета:

1. Комунікативний менеджмент: поняття, сутність, сфера його застосування.
2. Психологічні складові процесу спілкування.

3. Типологія ділових культур світу (характеристики ділових культур, ціннісні розходження ділових культур).

3. Схеми нарахування балів

3.1. Нарухування балів студентам з навчальної дисципліни здійснюється відповідно до такої схеми:



3.2. Обсяг балів, здобутих студентом під час лекцій з навчальної дисципліни, обчислюється у пропорційному співвідношенні кількості відвіданих лекцій і кількості лекцій, передбачених навчальним планом, і визначається згідно з додатками 1 і 2 до Положення про організацію освітнього процесу в Хмельницькому університеті управління та права імені Леоніда Юзькова.

6.2. Обсяг балів, здобутих студентом під час лекцій з навчальної дисципліни, обчислюється у пропорційному співвідношенні кількості відвіданих лекцій і кількості лекцій, передбачених навчальним планом, і визначається згідно з додатками 1 і 2 до положення про організацію освітнього процесу в Хмельницькому університеті управління та права імені Леоніда Юзькова.

З цієї навчальної дисципліни передбачено проведення 9 лекційних занять.

Отже, студент може набрати під час лекцій таку кількість балів:

№ з/п	Форма навчання	Кількість лекцій за планом	Кількість відвіданих лекцій								
			1	2	3	4	5	6	7	8	9
1.	Денна	9	1,0	2,0	3,5	4,5	5,5	6,5	8,0	9,0	10,0

6.3. Обсяг балів, здобутих студентом під час семінарських занять, обчислюється за сумою балів, здобутих під час кожного із занять, передбачених навчальним планом, і визначається згідно з додатком 3 до Положення про організацію освітнього процесу в Хмельницькому університеті управління та права імені Леоніда Юзькова.

З цієї навчальної дисципліни передбачено проведення 9 семінарських занять за денною формою навчання.

Отже, рівень знань студентів під час семінарських занять може оцінюватися кількістю балів у таких межах:

№ з/п	Рівень знань студентів		Кількість семінарських занять відповідно до навчального плану
			9 занять
1.	Високий (творчий)	% 100-90	5,0
2.	Достатній (конструктивно-варіативний)	% 89-82	4,5
		% 81-74	4,0
3.	Середній (репродуктивний)	% 73-64	3,5
		% 63-60	2,5-2,0
4.	Низький (рецептивно-продуктивний)	% 34-0-% 59-35	1,5-0,0

7. Рекомендована література

Тема 1. Комунікативний менеджмент: поняття, сутність, сфера його застосування

1. Бебик В.М. Інформаційно-комунікаційний менеджмент у глобальному суспільстві: психологія, технології, техніка паблік рилейшнз: монографія. К.: МАУП, 2005. 440 с.

2. Бурмака Т.М., Великих К.О. Комунікативний менеджмент: конспект лекцій (для студентів бакалавріату всіх форм навчання спеціальності 073 – Менеджмент). Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2019. 69 с.

3. Васильченко М.І. Комунікативний менеджмент: навчальний посібник. Полтава: ПолтНТУ, 2018. 208 с.

4. Жигайло Н. Комунікативний менеджмент: навч. посіб. Львів. : ЛНУ, 2012. 368с. URL: <http://194.44.152.155/elib/local/sk783660.pdf>.

5. Комунікативний менеджмент: навчально-методичний посібник. Укл. Олійник Н.Ю. Кам'янець-Подільський, 2020. 112 с. URL: <http://elar.kpnu.edu.ua:8081/xmlui/bitstream/handle/123456789/3622/Komunikatyvnyi-menedzhment-navch.posib.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.

6. Макарова М. В. Комунікації в туризмі: основи дослідження, види та шляхи розвитку. Ефективна економіка. 2017. № 1. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5832>.

7. Тіхонова Н.О. Комунікативний менеджмент в готельно-ресторанному господарстві: конспект лекцій. К.: НУХТ, 2014. 114 с. URL: https://tourlib.net/books_ukr/tihonova.pdf.

Тема 2. Процес та види комунікацій

1. Бебик В.М. Інформаційно-комунікаційний менеджмент у глобальному суспільстві: психологія, технології, техніка паблік рилейшнз: монографія. К.: МАУП, 2005. 440 с.

2. Бурмака Т.М., Великих К.О. Комунікативний менеджмент: конспект лекцій (для студентів бакалавріату всіх форм навчання спеціальності 073 – Менеджмент). Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2019. 69 с.

3. Мудрак Л. Комунікація і криза як громадам протистояти викликам і успішно діяти в період кризи: посібник. К., 2020. 109 с. URL: <https://decentralization.gov.ua/uploads/library>.

4. Васильченко М.І. Комунікативний менеджмент: навчальний посібник. Полтава: ПолтНТУ, 2018. 208 с.

5. Жигайло Н. Комунікативний менеджмент: Навч. посіб. Львів. : ЛНУ, 2012. 368с. URL: <http://194.44.152.155/elib/local/sk783660.pdf>.

6. Комунікативний менеджмент: навчально-методичний посібник. Укл. Олійник Н.Ю. Кам'янець-Подільський, 2020. 112 с. URL: <http://elar.kpnu.edu.ua:8081/xmlui/bitstream/handle/123456789/3622/Komunikatyvnyi-menedzhment-navch.posib.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.

7. Про захист персональних даних: Закон України від 01.06.2010 р. № 2297-17. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2297-17>.

8. Про інформацію: Закон України від 02.10.1992 р. № 2657-XII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2657-12>.

Тема 3. Труднощі та бар'єри комунікації. Психологічні аспекти ефективної комунікації

1. Васильченко М.І. Комунікативний менеджмент: навчальний посібник. Полтава: ПолтНТУ, 2018. 208 с.

2. Жигайло Н. Комунікативний менеджмент: навч. посіб. Львів. : ЛНУ, 2012. 368с. URL: <http://194.44.152.155/elib/local/sk783660.pdf>.

3. Комунікативний менеджмент: навчально-методичний посібник. Укл. Олійник Н.Ю. Кам'янець-Подільський, 2020. 112 с. URL: <http://elar.kpnu.edu.ua:8081/xmlui/bitstream/handle/123456789/3622/Komunikatyvnyi-menedzhment-navch.posib.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.

4. Тіхонова Н.О. Комунікативний менеджмент в готельно-ресторанному господарстві: конспект лекцій. К.: НУХТ, 2014. 114 с. URL: https://tourlib.net/books_ukr/tihonova.pdf.

5. Писаревський І. М. Професійно-комунікативна компетентність (в туризмі): підручник. Х: ХНАМГ, 2010. 230 с.

6. Професійні комунікації: навчальний посібник «Ділове спілкування». Уклад. О.М.Жук, Л.Ю.Тиха. Луцьк: Луцький НТУ, 2016. 112 с.

7. Тіхонова Н.О. Комунікативний менеджмент в готельно-ресторанному господарстві: конспект лекцій. К.: НУХТ, 2014. 114 с. URL: https://tourlib.net/books_ukr/tihonova.pdf.

8. Ткаченко О. В., Зелінська З.П. Основи психології та етикет професійного спілкування в туризмі: навчальний посібник. Світ книг, 2020. 200 с.

9. Психологія спілкування: навчальний посібник. Л.Г.Кайдалова, Л.В.Пляка, Н.В.Альохіна, В.С.Шаповалова. 2-ге вид., перероб. і допов. Х.: НФаУ, 2018. 140 с.

10. Свидрук І.І., Миронов Ю.Б. Психологія управління та конфліктологія: підручник. Львів: Видавництво Львівського торговельно-економічного університету, 2017. 320 с.

11. Соціальна психологія: навч. посіб. Н.Ю. Волянчук, Г.В. Ложкін, О.В. Винославська, І.О. Блохіна та інш. Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2019. 254 с. URL: <https://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/27765/1/Social-psychology.pdf>.

Тема 4. Професійна комунікація. Організація спілкування та взаємодії

1. Професійні комунікації. Методичні вказівки до виконання самостійної роботи для бакалаврів усіх галузей знань денної форми навчання. – Луцьк: Луцький НТУ, 2014. 38 с.

2. Комунікативний менеджмент: навчально-методичний посібник. Укл. Олійник Н.Ю. Кам'янець-Подільський, 2020. 112 с. URL: <http://elar.kpnu.edu.ua:8081/xmlui/bitstream/handle/123456789/3622/Komunikatyvnyi-menedzhment-navch.posib.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.

3. Жигайло Н. Комунікативний менеджмент: навч. посіб. Львів. : ЛНУ, 2012. 368с. URL: <http://194.44.152.155/elib/local/sk783660.pdf>.

4. Дрешпак В.М. Комунікації в публічному управлінні : навч. посіб. Д. ДРІДУ НАДУ, 2015. 168 с. URL: <http://biblio.umsf.d.ua/jspui/bitstream.pdf>. URL: <https://decentralization.gov.ua/uploads/library>.

5. Тіхонова Н.О. Комунікативний менеджмент в готельно-ресторанному господарстві: конспект лекцій. К.: НУХТ, 2014. 114 с. URL: https://tourlib.net/books_ukr/tihonova.pdf.

6. Васильченко М.І. Комунікативний менеджмент: навчальний посібник. Полтава: ПолтНТУ, 2018. 208 с.

7. Палеха Ю. І. Етика ділових відносин: навч. посіб. К.: Кондор, 2007. 359с. URL: http://library.nlu.edu.ua/POLN_TEXT/KNIGI/KONDOR1/CD/ETUKA_DV.pdf.

8. Бебик В. М. Інформаційно-комунікаційний менеджмент у глобальному суспільстві: психологія, технології, техніка наблікрилейшнз: монографія. К.: МАУП, 2005. 440 с. URL: <https://studentbooks.com.ua/content/view/1030/42/1/0/>.

9. Писаревський І. М. Професійно-комунікативна компетентність (в туризмі): підручник. Х: ХНАМГ, 2010. 230 с.

Тема 5. Етика ділового спілкування. Діловий етикет

1. Василевська Т. Е. Етика в публічній службі: підручник. Київ: НАДУ, 2018. 256 с.

2. Васильченко М.І. Комунікативний менеджмент: навчальний посібник. Полтава: ПолтНТУ, 2018. 208 с.

3. Воронкова В.Г., Беліченко А.Г., Мельник В.В., Ажажа М.А. Етика ділового спілкування: навчальний посібник. Магнолія-2006. 2021. 312 с.

4. Діловий етикет в туризмі. Методичні вказівки до виконання практичних занять для здобувачів першого рівня напряму підготовки 6.140103 «Туризм» денної та заочної форм навчання / укладачі: О. М. Лютак, І.В.Тишук. Луцьк : Луцький НТУ, 2017. 28 с.

5. Королько В. Г. Некрасова О. В. Зв'язки з громадськістю. Наукові основи, методика, практика: підручник для студентів ВНЗ. К.: Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2009. 831 с.

6. Палеха Ю. І. Етика ділових відносин: навч. посіб. К.: Кондор, 2007. 359 с. С. 11–23. URL: http://library.nlu.edu.ua/POLN_TEXT/KNIGI/KONDOR1/CD/ETUKA_DV.pdf.

7. Професійні комунікації: навчальний посібник «Ділове спілкування». Уклад. О.М.Жук, Л.Ю.Тиха. Луцьк: Луцький НТУ, 2016. 112 с. С. 17–33. URL: https://lutsk-ntu.com.ua/sites/default/files/profesiyni_komunikaciyi_posibnik.pdf.

8. Ткаченко О. В., Зелінська З.П. Основи психології та етикет професійного спілкування в туризмі: навчальний посібник. Світ книг, 2020. 200 с.

Тема 6. Конфлікти, комунікативні кризи: сутність, особливості, протидія

1. Бурмака Т.М., Великих К.О. Комунікативний менеджмент: конспект лекцій (для студентів бакалавріату всіх форм навчання спеціальності 073 – Менеджмент). Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2019. 69 с.

2. Васильченко М.І. Комунікативний менеджмент: навчальний посібник. Полтава: ПолтНТУ, 2018. 208 с.

3. Жигайло Н. Комунікативний менеджмент: навч. посіб. Львів. : ЛНУ, 2012. 368с. URL: <http://194.44.152.155/elib/local/sk783660.pdf>.

4. Комунікативний менеджмент: навчально-методичний посібник. Укл. Олійник Н.Ю. Кам'янець-Подільський, 2020. 112 с. URL: <http://elar.kpnu.edu.ua:8081/xmlui/bitstream/handle/123456789/3622/Komunikatyvnyi-menedzhment-navch.posib.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.

5. Мудрак Л. Комунікація і криза. Як громадам протистояти викликам і успішно діяти в період кризи: посібник. К., 2020. 109 с. URL: <https://decentralization.gov.ua/uploads/library>.

6. Психологія спілкування: навчальний посібник. Л.Г.Кайдалова, Л.В.Пляка, Н.В.Альохіна, В.С.Шаповалова. 2-ге вид., перероб. і допов. Х.: НФаУ, 2018. 140 с.

7. Свидрук І.І., Миронов Ю.Б. Психологія управління та конфліктологія: підручник. Львів: Видавництво Львівського торговельно-економічного університету, 2017. 320 с.

8. Соціальна психологія: навч. посіб. Н.Ю. Волянчук, Г.В. Ложкін, О.В. Винославська, І.О. Блохіна та інш. Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2019. 254 с. URL: <https://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/27765/1/Social-psychology.pdf>.

9. Ткаченко О. В., Зелінська З.П. Основи психології та етикет професійного спілкування в туризмі: навчальний посібник. Світ книг, 2020. 200 с.

Тема 7. Ділові комунікації як бізнес–процес

1. Васильченко М.І. Комунікативний менеджмент: навчальний посібник. Полтава: ПолтНТУ, 2018. 208 с.
2. Діловий етикет в туризмі: методичні вказівки до виконання практичних занять для здобувачів першого рівня напряму підготовки 6.140103 «Туризм» денної та заочної форм навчання / укладачі: О. М. Лютак, І.В.Тищук. Луцьк : Луцький НТУ, 2017. 28 с.
3. Жигайло Н. Комунікативний менеджмент: навч. посіб. Львів. : ЛНУ, 2012. 368с. URL: <http://194.44.152.155/elib/local/sk783660.pdf>.
4. Комунікативний менеджмент: навчально-методичний посібник. Укл. Олійник Н.Ю. Кам'янець-Подільський, 2020. 112 с. URL: <http://elar.kpnu.edu.ua:8081/xmlui/bitstream/handle/123456789/3622/Komunikatyvnyi-menedzhment-navch.posib.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.
5. Палеха Ю. І. Етика ділових відносин: навч. посіб. К.: Кондор, 2007. 359с. С. 11-23. URL: http://library.nlu.edu.ua/POLN_TEXT/KNIGI/KONDOR1/CD/ETUKA_DV.pdf.
6. Писаревський І. М. Професійно-комунікативна компетентність (в туризмі): підручник. Х: ХНАМГ, 2010. 230 с.
7. Професійні комунікації: навчальний посібник «Ділове спілкування». Уклад. О.М.Жук, Л.Ю.Тиха. Луцьк: Луцький НТУ, 2016. 112 с. С.17-33. URL: https://lutsk-ntu.com.ua/sites/default/files/profesiyni_komunikaciyi_posibnik.pdf.
8. Ткаченко О. В., Зелінська З.П. Основи психології та етикет професійного спілкування в туризмі: навчальний посібник. Світ книг, 2020. 200 с.
9. Бурмака Т.М., Великих К.О. Комунікативний менеджмент: конспект лекцій (для студентів бакалавріату всіх форм навчання спеціальності 073 – Менеджмент). Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2019. 69 с.
10. Основи риторики для бізнес-лідерів: ефективний публічний виступ: навчальний посібник. К.: ДП «НВЦ «Пріоритети», 2016. 40 с. URL: http://repository.kpi.kharkov.ua/bitstream/KhPI-Press/30520/1/Sereda_Osnovy_rytoryky_2016.pdf.

Тема 8. Технології комунікативного менеджменту

1. Бурмака Т.М., Великих К.О. Комунікативний менеджмент: конспект лекцій (для студентів бакалавріату всіх форм навчання спеціальності 073 – Менеджмент). Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2019. 69 с.
2. Васильченко М.І. Комунікативний менеджмент: навчальний посібник. Полтава: ПолтНТУ, 2018. 208 с.
3. Жигайло Н. Комунікативний менеджмент: навч. посіб. Львів. : ЛНУ, 2012. 368с. URL: <http://194.44.152.155/elib/local/sk783660.pdf>.
4. Карнегі Д. Як завойовувати друзів та впливати на людей. Харків: Промінь, 2012. 560 с.
5. Комунікативна діяльність в державному управлінні: навч. пос. / Н.М. Драгомирецька, К.С. Кандагура, А.В. Букач. Одеса: ОРІДУ НАДУ, 2017. 180 с. URL: http://www.oridu.odessa.ua/9/buk/new_26_02_18-2.pdf.
6. Комунікативний менеджмент: навчально-методичний посібник. Укл. Олійник Н.Ю. Кам'янець-Подільський, 2020. 112 с. URL: <http://elar.kpnu.edu.ua:8081/xmlui/bitstream/handle/123456789/3622/Komunikatyvnyi-menedzhment-navch.posib.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.
7. Королько В.Г., Некрасова О. В. Зв'язки з громадськістю. Наукові основи, методика, практика: підручник для студентів вищих навчальних закладів. 3-тє вид., доповн. і переробл. К.: Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2009. 831 с.
8. Про доступ до публічної інформації: Закон України від 13 січня 2011 року № 2939-VI. URL: http://adm.km.ua/doc/doc5_zak.pdf.
9. Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні: Закон України від 16.11.1992 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/ru/2782-12>.
10. Про електронні довірчі послуги: Закон України від 5 жовтня 2017 року № 2155-VIII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2155-19#n534>.

11. Про електронні документи та електронний документообіг: Закон України від 22.05.2003 р. № 851-IV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/851-15>.
12. Про захист персональних даних: Закон України від 01.06.2010 р. № 2297-17. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2297-17>.
13. Про захист суспільної моралі: Закон України від 20.11.2003 № 1296-IV. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1296-15>.
14. Про інформацію: Закон України від 02.10.1992 р. № 2657-XII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2657-12>.
15. Про рекламу: Закон України від 03.07.1996 р. № 270/96-ВР. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/270/96-%D0%B2%D1%80>.
16. Про туризм: Закон України від 05.09.1995 року № 324/95-ВР. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80#Text>.

Тема 9. Міжкультурні комунікації в туризмі

1. Бацевич Ф. С. Словник термінів міжкультурної комунікації. МОН України, ЛНУ ім. І. Франка. К.: Довіра, 2007. 205 с. URL: <http://terminymizhkult-komunikacii.wikidot.com/slovnyk>.
2. Бурмака Т.М., Великих К.О. Комунікативний менеджмент: конспект лекцій (для студентів бакалавріату всіх форм навчання спеціальності 073 – Менеджмент). Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2019. 69 с.
3. Васильченко М.І. Комунікативний менеджмент: навчальний посібник. Полтава: ПолтНТУ, 2018. 208 с.
4. Воронкова В.Г., Беліченко А.Г., Мельник В.В., Ажажа М.А. Етика ділового спілкування: навчальний посібник. Магнолія-2006. 2021. 312 с.
5. Жигайло Н. Комунікативний менеджмент: навч. посіб. Львів. : ЛНУ, 2012. 368с. URL: <http://194.44.152.155/elib/local/sk783660.pdf>.
6. Комунікативний менеджмент: навчально-методичний посібник. Укл. Олійник Н.Ю. Кам'янець-Подільський, 2020. 112 с. URL: <http://elar.kpnu.edu.ua:8081/xmlui/bitstream/handle/123456789/3622/Komunikatyvnyi-menedzhment-navch.posib.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.
7. Манакін В.М. Мова і міжкультурна комунікація: навч. посіб. Київ, 2012. 228с.
8. Мова і міжкультурна комунікація: теорія та практика: колективна монографія. За наук. редакцією Н. Сизоненко. Київ: Ліра-К, 2020. 256 с. URL: <http://dspace.pdaa.edu.ua:8080/bitstream/123456789/8074/1.pdf>.
9. Стародубська М. Чому американці часто усміхаються, а фіни дуже прямолінійні? Розмова з експертом на Громадському радіо. URL: <https://hromadske.radio/podcasts/my-pro-vse-domovylys/chomu-amerykantsi-chasto-usmikhaiut-sia-a-finy-duzhe-priamolinyjni?fbclid=IwAR2TA3VZAM4eey9fqth9Nz4qOLuxUC2vTAMJZ1DdvjnwgeMZsEfsyjAS5M8>.
10. Ткаченко О. В., Зелінська З.П. Основи психології та етикет професійного спілкування в туризмі: навчальний посібник. Світ книг, 2020. 200 с.

Інформаційні ресурси

1. <http://www.rada.gov.ua> – Веб-портал Верховної Ради України.
2. <http://www.president.gov.ua> – Веб-портал Адміністрації Президента України.
3. <http://www.kmu.gov.ua> – Веб-портал Кабінету Міністрів України.
4. <https://thedigital.gov.ua/> – Веб-сайт Міністерства цифрової трансформації України.
5. <http://nbuv.gov.ua/> – Веб-сайт Національної бібліотеки України імені В.І.Вернадського.
6. <http://gntb.gov.ua/ua/> – Веб-сайт державної науково-технічної бібліотеки України.
7. <http://www.ounb.km.ua/> – Веб-сайт Хмельницької обласної універсальної наукової бібліотеки.
8. <http://elibrary.univer.km.ua/> – Веб-сайт електронної бібліотеки Хмельницького університету управління та права імені Леоніда Юзькова.
9. <http://www.adm.km.ua/> – Веб-сайт Хмельницької обласної державної адміністрації.
10. <https://km-oblrada.gov.ua/> – Веб-сайт Хмельницької обласної ради.
11. <http://www.iccopr.com/> – сайт International Communications Consultancy Organisation (ICCO)
12. htm.index.ua.in.infotour/ – Туристична бібліотека .Все про туризм
13. <http://terminy-mizhkult-komunikacii.wikidot.com/slovnuk> - Словник термінів міжкультурної комунікації.