

**ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ПРИВАТНИЙ ЗАКЛАД
«ДНІПРОВСЬКИЙ ГУМАНІТАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ»
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ**

**КАФЕДРА ТУРИСТИЧНОГО ТА ГОТЕЛЬНО - РЕСТОРАННОГО
БІЗНЕСУ**

ЗАТВЕРДЖУЮ
Ректор ВНПЗ «Дніпровський
гуманітарний університет»

Олег КИРИЧЕНКО

« _____ » _____ 2024

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

КОМУНІКАТИВНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ

(назва навчальної дисципліни)

Освітній
ступінь

бакалавр

(назва ступеня вищої освіти – бакалавр або магістр)

Спеціальність

242 Туризм

(шифр і назва)

Освітня програма

Туризм

(назва, дата і № наказу про затвердження ОП)

Туризм, наказ №51-02 від 10.06.2021

Статус навчальної дисципліни

вибіркова

(обов'язкова або вибіркова)

Мова навчання:

українська

Дніпро – 2024

Назва навчальної дисципліни // Робоча програма навчальної дисципліни «Комунікативний менеджмент». – Дніпро: ВВПЗ «Дніпровський гуманітарний університет», 2024. 43 с.

РОЗРОБНИК(-И):

Ходак О. В., старший викладач кафедри туристичного та готельно-ресторанного бізнесу

Розглянуто на засіданні кафедри туристичного та готельно-ресторанного бізнесу 22.07.2024 р., протокол №12

Схвалено Вченою радою університету, рекомендовано для використання в освітньому процесі протягом 5 років. 22.08. 2024 р., протокол №12.

Метою викладання навчальної дисципліни «Комунікативний менеджмент» є освоєння та закріплення студентами питань, пов'язаних із комунікативним менеджментом; формування системи знань і практичних навичок ефективної комунікації та комунікативних технологій в умовах глобалізації та трансформації соціально-економічних систем.

Спеціальні (фахові, предметні) компетентності:

- К 03. Здатність діяти соціально-відповідально та свідомо.
- К 04. Здатність критичного мислення, аналізу та синтезу.
- К 08. Навички використання інформаційних та комунікаційних джерел.
- К 09. Вміння виявляти, ставити та вирішувати проблеми.
- К 12. Навички міжособистісної взаємодії.
- К 13. Здатність планувати та управляти часом.
- К 14. Здатність працювати в команді та автономно.
- К 18. Знання та розуміння предметної області та розуміння специфіки професійної діяльності.
- К 19. Здатність застосовувати знання у практичній діяльності.
- К 21. Здатність аналізувати діяльність суб'єктів індустрії туризму на всіх рівнях управління.
- К 23. Розуміння процесів організації туристичних подорожей і комплексного туристичного обслуговування (готельного, ресторанного, транспортного, екскурсійного, рекреаційного).
- К 24. Здатність розробляти, просувати, реалізовувати та організовувати споживання туристичного продукту.
- К 25. Розуміння принципів, процесів і технології організації роботи суб'єкта туристичної індустрії та її підсистем.
- К 27. Здатність здійснювати моніторинг, інтерпретувати, аналізувати та систематизувати туристичну інформацію, уміння презентувати туристичний інформаційний матеріал.
- К 30. Здатність до співпраці з діловими партнерами і клієнтами, уміння забезпечувати з ними інформаційні комунікації.
- К 31. Здатність працювати в міжнародному середовищі на основі позитивного ставлення до несхожості, до інших культур, поваги до різноманітності місцевих і професійних традицій інших країн, розпізнання міжкультурних проблем у професійній практиці.

Програмні результати навчання:

ПРН 2. Знати, розуміти і вміти використовувати на практиці базові поняття з теорії туризму, організації туристичного процесу та туристичної діяльності суб'єктів ринку туристичних послуг, а також світоглядних та суміжних наук.

ПРН 6. Застосовувати у практичній діяльності принципи і методи організації та технології обслуговування туристів.

ПРН 8. Ідентифікувати туристичну документацію та вміти правильно нею користуватися.

ПРН 9. Організувати процес обслуговування споживачів туристичних послуг на основі використання сучасних інформаційних, комунікаційних і сервісних технологій та дотримання стандартів якості і норм безпеки.

ПРН 10. Розуміти принцип, процеси і технології організації роботи суб'єкта туристичного бізнесу та окремих його підсистем (адміністративно-управлінська, соціально-психологічна, економічна, техніко-технологічна).

ПРН 12. Застосовувати навички продуктивного спілкування зі споживачами туристичних послуг.

ПРН 13. Встановлювати зв'язки з експертами туристичної та інших галузей.

ПРН 15. Проявляти толерантність до альтернативних принципів та методів виконання професійних завдань.

ПРН 16. Діяти у відповідності з принципами соціальної відповідальності та громадянської свідомості.

ПРН 17. Управлят своїм навчанням з метою самореалізації в професійній туристичній сфері.

ПРН 18. Адекватно оцінювати свої знання і застосовувати їх в різних професійних ситуаціях.

ПРН 19. Аргументовано відстоювати свої погляди у розв'язанні професійних завдань.

ПРН 20. Виявляти проблемні ситуації і пропонувати шляхи їх розв'язання.

ПРН 21. Приймати обґрунтовані рішення та нести відповідальність за результати своєї професійної діяльності.

ПРН 22. Професійно виконувати завдання в невизначених і екстремальних ситуаціях.

ПРН24. Використовувати різноманітні інформаційні джерела для повного та всебічного встановлення певних обставин.

Передумови для вивчення навчальної дисципліни (міждисциплінарні зв'язки): Вивчення навчальної дисципліни «Комунікативний менеджмент» здійснюється після засвоєння здобувачами знань з навчальних дисциплін «Інформатика і сучасні інформаційні системи та технології», «Вступ до фаху», «Організація туристичних подорожей», «Правове регулювання туристичної діяльності», «Інформаційні системи і технології в туристичній індустрії», «Основи туризмознавства».

Результати вивчення навчальної дисципліни «Комунікативний менеджмент» відповідно до вимог освітньо-професійної програми, здобувачі вищої освіти повинні:

знати:

1) *на понятійному рівні*: в межах достатніх для фахового спілкування основні засади та принципи комунікативного менеджменту; основні методи, технології комунікативного менеджменту; концептуальні основи і стратегії комунікативного менеджменту;

2) *на фундаментальному рівні*: місце комунікацій в менеджменті, знати типи ділових стратегій та їх використання на підприємстві, в чому специфіка комунікативного менеджменту в сучасному інформаційному суспільстві; обов'язкові елементи та фази комунікативного спілкування; соціальну природу поняття «комунікативний менеджмент», його мету та зміст; в чому специфіка комунікативних технологій в межах комунікативного менеджменту;.

3) *на практично-творчому рівні*: специфіку символічної, візуальної, подієвої, міфологічної складової комунікативного менеджменту; якими є механізми впливу таких комунікативних технологій як зв'язки з громадськістю (паблік рілейшнз); іміджмейкінг; менеджмент новин; реклама; пропаганда; риторика; порядок формування ефективних комунікацій на підприємстві; канали, засоби, моделі комунікацій; особливості використання інформації в менеджменті; основні елементи забезпечення ефективних комунікацій; методи вирішення комунікаційних конфліктів; особливості формування іміджу менеджера та корпорації (організації); перспективи комунікативного менеджменту в інформаційному суспільстві тощо.

вміти:

1) *на репродуктивному рівні*: організувати та проводити за відповідними методиками комунікаційні дослідження; планувати роботу у сфері комунікативного менеджменту; оцінювати ефекти застосування форм комунікативного менеджменту;

2) *на алгоритмічному рівні*: орієнтуватися в теоретичних концепціях сучасного комунікативного менеджменту і уміти застосовувати їхні алгоритми в реальному управлінні; аналізувати процеси, що відбуваються у комунікативному просторі;

3) *на евристичному рівні*: приймати управлінські рішення з метою підвищення комунікаційної ефективності організації; розробляти стратегію та тактику діяльності фірми в сфері комунікативного менеджменту; застосовувати соціологічні методи до вивчення символічної, візуальної, подієвої, міфологічної форм комунікативного менеджменту комунікативного простору; виявляти причини відхилення від плану, недоліків в роботі та виявленні невикористаних резервів в сфері організаційних комунікацій;

4) *на творчому рівні*: самостійно розробляти моделі ефективних комунікацій на підприємстві; аналізувати ефективність автоматизованого робочого місця керівника підприємства та різних категорій спеціалістів; проводити функціональний аналіз та контролінг діяльності ділового

середовища організації; самостійно розробляти програми залучення ЗМІ до поширення інформації про підприємство; розробляти рекомендації, які допоможуть вирішити складні задачі, що постають перед сучасними керівниками в різних сферах комунікаційної діяльності.

Обсяг навчальної дисципліни:

Додатки 1.1, 1.2.

Програма навчальної дисципліни

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1. Науково-методичні основи комунікативного менеджменту

Тема 1. Комунікативні цілі, концептуальний підхід

Проблема та практика спілкування. Поняття спілкування. Типи спілкування. Предмет спілкування. Накопичувачі свідомості.

Поняття комунікації. Грані комунікації. Структура комунікації. Умови ефективності зворотного зв'язку. Соціальні інститути комунікації. Інститут „Паблік Рілейшинз”. Головна мета цього інституту. Ефективність комунікації в умовах ринку. Причини розвитку комунікації у бізнесі. Багатоканальний комунікативний зв'язок.

Тема 2. Види комунікацій та їх характеристика

Структура комунікативного процесу. Елементи комунікативного процесу (відправник, кодування, повідомлення, канали передачі, декодування, приймач, відгук, зворотний зв'язок). Шуми у системі комунікації.

Ділова розмова. Когнітивна та афектативна сфери ділової розмови. Три складові розмови.

Бесіда, обговорення, співбесіда. Круглий стіл, мозкова атака, ділова командна гра. Спір, полеміка, дискусія. Диспути, дебати. Торги. Багатосторонні переговори („третейський суд”, „поділ здобичі”, „сеанс одночасної гри”).

Види комунікації. Форми комунікації. Висхідні та низхідні комунікації. Схеми комунікації (лінійна, кільцева, зіркова, колесо, багатозв'язна, ієрархічна).

Структура спілкування. Підходи до спілкування як до процесу.

Тема 3. Комунікативні технології

Зміст поняття «комунікативні технології». Комунікативна діяльність: її складові, типи, функції одиниць. Комунікативний акт і комунікативний ефект. Ефективність комунікативної діяльності, її складові. Неefективна комунікація. Причини зниження ефективності комунікації. Ситуативні типи комунікаторів.

Тема 4. Вербальна та невербальна комунікація.

Особливості вербальної комунікації, зокрема специфіка усних вербальних комунікації, їх типологізація, структура публічного виступу та рекомендації для представлення промови; види промов; комунікації з використанням письмової мови; спічрайтинг.

Походження невербальної комунікації, її взаємозв'язок із вербальною комунікацією; оптико-кінетичні комунікації: жестикуляція, міміка, пантоміміка; фонаційні та графічні засоби невербальної комунікації; ситуативні зміни невербальної комунікації, проксеміка.

Тема 5. Масові комунікації.

Засоби масової комунікації та інформації. Особливості процесу масової комунікації як суспільного явища. Поняття «засоби масової комунікації» (ЗМК). Класифікація ЗМК. Характеристики основних видів ЗМК. Основні типи та канали ЗМК. Співвідношення понять «засоби масової інформації» (ЗМІ) та «засоби масової комунікації» (ЗМК).

Теорії впливу ЗМК на аудиторію. Методи та форми впливу ЗМК на масову свідомість. Теорія соціальної відповідальності ЗМК. ЗМК, влада, громадськість. Громадське мовлення.

Друковані ЗМК. Класифікація та характеристики друкованих видань. Основні переваги та вади друкованих видань у сучасному комунікативному просторі. Типи та види друкованих видань: газета, журнал, листівка, прес-реліз.

Електронні ЗМК. Характеристики електронних ЗМК. Особливості використання електронних медіа у комунікативних кампаніях. «Холодні» та «гарячі» медіа (М.Маклюєн). Телевізійна комунікація: реалії, традиції та сучасність. Програмний продукт на телебаченні. Особливості впливу телевізійних новин на аудиторію.

Радіо. Характерні риси радіомовлення. Використання потенціалу радіоканалу у соціальній комунікації. Роль радіо у масовій культурі. Основні комунікативні дискурси.

Інтернет та глобалізація комунікативного простору. Інформаційно-комунікативні потоки на базі Інтернет-технологій.

Комунікативні особливості ЗМК «збори» (майдан). Види та форми публічних виступів: промова, доповідь, проповідь, огляд подій. Мовні та ритуальні знаки.

Тема 6. Ділова комунікація та іміджмейкерство

Автокомунікація, міжособистісна, групова та масова форми комунікації; етапи підготовки видів ділової комунікації: ділова бесіда, переговори, службова телефонна розмова, дискусія, нарада; просторові норми ділової комунікації. Комунікативний менеджмент.

Імідж у контексті комунікаційної системи. Іміджмейкер як тип комуніканта. Використання основних типів іміджу в роботі іміджмейкера. Практичні засади професійної діяльності іміджмейкера

Тема 7. Організація переговорних процесів

Підготовка до переговорів. Вибір часу та місця зустрічі. Підготовка приміщення. Опрацювання переговорного процесу.

Порядок ведення переговорного процесу. Взаємне уточнення інтересів. Етап обговорення. Узгодження позицій і розробка домовленостей.

Техніка ведення переговорів. Суть методу позиційного торгу. Метод принципів переговорів.

Стратегія ведення переговорів. Метод „балкону”. Метод Сократу.

Стили ведення переговорів. Франція. Китай. США. Німеччина. Англія. Японія. Рекомендації щодо ведення переговорів.

Тема 8. Кризові комунікації

Труднощі комунікації. Основні групи помилок комунікації. Помилки відправлення повідомлення, одержання повідомлення, особистих настанов, колективної дії, організації.

Основні причини поганої комунікації. Нерозуміння важливості спілкування. Неправильна настанова свідомості та якість комунікації (стереотипи, упереджені уявлення, відносини між відправником та одержувачем, відсутність уваги та інтересу, нехтування фактами), помилки при побудові спілкування (неправильний вибір слів, помилки в організації повідомлення, неправильна оцінка здатності одержувача зрозуміти повідомлення, слабка переконливість).

Міжособистісні бар'єри, пов'язані із сприйняттям, семантичними бар'єрами, невербальними перепонами, неякісним зворотним зв'язком, невмінням слухати.

Помилки в спілкуванні. Контроль, обмежений інцидентами. Тотальний контроль. Прихований контроль. Вибірковий контроль. Контроль заради проформи. Контроль внаслідок недовіри.

Форма підсумкового контролю успішності навчання

Підсумковий контроль – це перевірка рівня засвоєння знань, навичок, вмінь та інших компетентностей за певний період навчання (навчальний семестр, навчальний рік).

З навчальної дисципліни «Комунікативний менеджмент» передбачено:

- для денної форми навчання – 2 семестр – залік;
- для заочної форми навчання – 2 семестр – залік

Політика курсу, критерії та засоби оцінювання успішності навчання

За кредитно-модульною системою викладення навчальної дисципліни «Комунікативний менеджмент» застосовуються такі основні види контролю знань:

- поточний контроль – систематично на різних навчальних заняттях впродовж семестру у формах:

- усне опитування;
- тестовий контроль;
- підсумковий контроль – у вивчення навчальної дисципліни у формі заліка.

За рішенням викладача або кафедри *нараховуються заохочувальні бали* за наступні види робіт:

- за систематичну продуктивну активність під час проведення аудиторних занять;
- за виконання творчих завдань підвищеної складності (конкретне значення визначає викладач);
- за участь у конференціях, олімпіадах, іншій науковій, методичній роботі тощо.

Умови ліквідації заборгованостей з поточної роботи: здобувачі, які пропустили семінарські заняття або лекції, мають можливість відпрацювати заборгованості під час консультацій, що проводяться викладачем, відповідно до графіку консультацій. Для отримання певної кількості балів здобувач має можливість усно відповісти на питання теми, за якою він має заборгованість або виконати індивідуальну роботу, що складається з завдань, визначених викладачем в кожному окремому випадку (в залежності від обсягу заборгованості).

Обов'язковою умовою при нарахуванні загальної кількості балів здобувачу є необхідність дотримання принципів політики доброчесності. Дотримання *академічної доброчесності* передбачає: самостійне виконання навчальних завдань, поточного та підсумкового контролю результатів навчання; посилення на джерела інформації у разі використання ідей, розробок, тверджень, відомостей; дотримання норм законодавства про авторське право і суміжні права; надання достовірної інформації про результати власної навчальної (наукової, творчої) діяльності, використанні методики досліджень і джерела інформації.

У випадку встановлення випадків академічного плагіату, фабрикації, фальсифікації, списування, обману з боку здобувачів встановлюється академічна відповідальність. До здобувачів застосовуються види відповідальності, передбачені частинами 6 та 7 статті 42 Закону України «Про освіту».

Поточна атестація зі змістового модулю 1 проводиться після вивчення теми № 4 у вигляді контрольної роботи (теми 1-8).

Критерії переведення оцінок за 100-бальною шкалою у національну шкалу та шкалу ЄКТС

Оцінка в балах	Оцінка за національною шкалою (екзамен)	Оцінка за шкалою ЄКТС

	/залік)	Оц інк а	Пояснення
90–100	Відмінно	A	«Відмінно» – теоретичний зміст курсу засвоєний у повному обсязі; сформовані необхідні практичні навички роботи із засвоєним матеріалом; всі навчальні завдання, передбачені програмою навчання, виконані в повному обсязі.
83–89	Добре	B	«Дуже добре» – теоретичний зміст курсу засвоєний у повному обсязі; в основному сформовані необхідні практичні навички роботи із засвоєним матеріалом; всі навчальні завдання, передбачені програмою навчання, виконані, якість виконання більшості з них оцінена кількістю балів, близькою до максимальної.
75–82		C	«Добре» – теоретичний зміст курсу засвоєний цілком; в основному сформовані практичні навички роботи із засвоєним матеріалом; всі навчальні завдання, передбачені програмою навчання, виконані, якість виконання жодного з них не оцінена мінімальною кількістю балів, деякі види завдань виконані з помилками.
68–74	Задовільно	D	«Задовільно» – теоретичний зміст курсу засвоєний не повністю, але прогалини не носять істотного характеру; в основному сформовані необхідні практичні навички роботи із засвоєним матеріалом; більшість передбачених програмою навчання навчальних завдань виконано, деякі з виконаних завдань містять помилки.
60–67		E	«Достатньо» – теоретичний зміст курсу засвоєний частково; не сформовані деякі практичні навички роботи; частина передбачених програмою навчання навчальних завдань не виконані або якість виконання деяких з них оцінено числом балів, близьким до мінімального.
35–59	Незадовільно	FX	«Умовно незадовільно» – теоретичний зміст курсу засвоєний частково; не сформовані необхідні практичні навички роботи; більшість навчальних завдань не виконано або якість їх виконання оцінено кількістю балів, близькою до мінімальної; при додатковій самостійній роботі над матеріалом курсу можливе підвищення якості виконання навчальних завдань (з можливістю повторного складання).
1–34		F	«Безумовно незадовільно» – теоретичний зміст курсу не засвоєний; не сформовані необхідні практичні навички роботи; всі виконані навчальні завдання містять грубі помилки або не виконані взагалі; додаткова самостійна робота над матеріалом курсу не призведе до значного підвищення якості виконання навчальних завдань.

Розподіл балів, які отримують студенти

ДЛЯ ДЕННОЇ ФОРМИ НАВЧАННЯ		
Поточний контроль (ПК)		Підсумковий контроль II семестр - ЗАЛК (З)
Аудиторна робота	Самостійна (індивідуальна) робота	
≤ 40	≤ 20	
≤ 60		
≤ 40		
Підсумкова оцінка у випадку заліку (П) = ПК+ З ≤ 100		
ДЛЯ ЗАОЧНОЇ ФОРМИ НАВЧАННЯ		
Поточний контроль (ПК)		Підсумковий контроль II семестр - ЗАЛК (З)
Аудиторна робота	Самостійна (індивідуальна) робота	
≤ 20	≤ 40	
≤ 60		
≤ 40		
Підсумкова оцінка у випадку екзамена (П) = ПК+ З ≤ 100		

КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ
різноманітних видів навчальної роботи
(поточний контроль; письмові роботи; тестування; практичні завдання;
самостійні завдання; практичні завдання)

Метод демонстрування результатів навчання	Бал
1. Усне опитування у формі відповідей на запитання за планом семінарського заняття №1 на тему «Комунікативні цілі, концептуальний підхід»	5...8
2. Письмовий звіт по запитанням, обраним викладачем (3 запитання) щодо завдань для самостійної роботи до семінарського заняття №1 на тему «Резюме: зміст, види, приклади»	5...8
3. Усний виступ на запитання, обране Здобувачем самостійно за індивідуальними завданнями до семінарського заняття №3 на тему «Види комунікацій та їх характеристика»	5...8
4. Практична робота з розробки та підготовки презентацій щодо завдань для самостійної роботи до семінарського заняття №4 на тему «Підготовка і проведення презентації»	5...8
5. Усний виступ на запитання, обране Здобувачем самостійно за індивідуальними завданнями до семінарського заняття №5 на тему «Масова комунікація»	5...8
6. Письмовий звіт по запитанням, обраним викладачем (2 запитання) щодо завдань для самостійної роботи до семінарського заняття №6 на тему «Комунікації із ЗМІ»	5...8
7. Оглядовий реферат на запитання, обране Здобувачем самостійно за індивідуальними завданнями до семінарського заняття №7 на тему «Вербальні і невербальні засоби комунікації. Дебати з опонентами»	5...8
8. Усне опитування у формі відповідей на запитання за планом семінарського заняття №8 на тему «Інтернет як засіб бізнес-комунікацій»	5...8
Комплексно-практичне індивідуальне завдання (КПЗ) (передбачає 20-36 заохочувальних балів, що враховують змістовність, обґрунтованість, оригінальність та якість оформлення виконаного завдання)	20...36
Разом	60...100

«Критерії оцінювання аудиторної роботи у вигляді усної відповіді здобувачів»

ПОЯСНЕННЯ	
8	Питання, винесені на розгляд, засвоєні у повному обсязі; на високому рівні сформовані необхідні практичні навички та вміння; всі навчальні завдання, передбачені планом заняття, виконані в повному обсязі. Під час заняття продемонстрована стабільна активність та ініціативність. Відповіді на теоретичні

	питання, розв'язання практичних завдань, висловлення власної думки стосовно дискусійних питань ґрунтується на глибокому знанні предметної області навчальної дисципліни
5	Питання, винесені на розгляд, у цілому засвоєні ; практичні навички та вміння мають поверхневий характер , потребують подальшого напрацювання та закріплення; навчальні завдання, передбачені планом заняття, виконані , деякі види завдань виконані з помилками .
0	Відсутність на занятті

Для навчальної дисципліни «Комунікативний менеджмент» засобами діагностики знань (успішності навчання) виступають:

- поточне опитування;
- залікове модульне тестування та опитування;
- презентації результатів виконаних завдань та досліджень;
- студентські презентації та виступи на наукових заходах;
- екзамен;
- інші види індивідуальних та групових завдань.

Для здобувачів, які навчаються за індивідуальним графіком або мають академічні заборгованості за іншими (підтвердженими документально) обставинами передбачено окремий вид роботи.

Комплексно-практичне індивідуальне завдання (КПЗ) – це вид індивідуальної позааудиторної роботи студента, яка виконується самостійно під керівництвом викладача. Як правило, індивідуальні завдання виконуються окремо кожним студентом. Формою контролю індивідуальної роботи студента є перевірка виконання теоретичного і практичного завдання.

Мета КПЗ: самостійне опрацювання програмного матеріалу, систематизація, поглиблення, узагальнення, закріплення та практичне застосування знань студента з навчального курсу та розвиток навичок самостійної роботи з чинним законодавством.

Вимоги до КПЗ: КПЗ виконується у формі письмової роботи, яка передбачає виконання теоретичного і практичного завдання у формі розв'язання задачі. Працюючи індивідуально студенти повинні продемонструвати уміння правильно застосовувати теоретичний матеріал на практиці. Виконання КПЗ є однією із форм перевірки знань студентів, що сприяє закріпленню і поглибленому засвоєнню знань з навчальної дисципліни. Робота повинна включати також теоретичне та практичне підґрунтя виконання індивідуального завдання, тобто має бути складений перелік джерел інформації, які застосовувалися під час виконання роботи. Також до роботи можуть бути долучені ксерокопії основних наукових публікацій за темою КПЗ. КПЗ є одним із залікових модулів, тому оцінюється і впливає на загальну (підсумкову) оцінку. Завершене КПЗ подається у роздрукованому та електронному варіантах викладачу, який читає лекційний курс та приймає залік з даної дисципліни не пізніше, ніж за 2

тижні до дня заліку. Максимальна кількість балів за таку роботу – 28.

**Інформаційне та методичне забезпечення навчальної дисципліни
(рекомендовані джерела інформації)**

ЗАТВЕРДЖУЮ

Проректор з навчальної та
наукової роботи
Дніпровського
гуманітарного університету
Тетяна АЛФЬОРОВА

« _____ » _____ 2024

ОБСЯГ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

КОМУНІКАТИВНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ

(назва навчальної дисципліни)

Освітній
ступінь

бакалавр

Спеціальність **242 ТУРИЗМ**

(назва ступеня вищої освіти)

(шифр і назва)

на 2024/2025 навчальний рік

Форма навчання **ДЕННА** Обсяг **3** кредит ЄКТС **90** годин
Кафедри **туристичного та готельно - ресторанного бізнесу**

(назва кафедри)

Курс **3** Групи _____

№ теми згідно з РПНД	Назва теми (згідно з РПНД)	Забільний обсяг годин	Аудиторна робота				Самостійна та індивідуальна робота
			Всього	Лекції	Семинари	Практик.	
1	2	3	4	5	6	7	8
1	Тема 1. Комунікативні цілі, концептуальний підхід	12	4	2	2		8
2	Тема 2. Види комунікацій та їх характеристика	11	4	2	2		7
3	Тема 3. Комунікативні технології	11	4	2	2		7
4	Тема 4. Вербальна та невербальна комунікація	11	4	2	2		7
5	Тема 5. Масові комунікації	11	4	2	2		7
6	Тема 6. Ділова комунікація та іміджмейкерство	11	4	2	2		7
7	Тема 7. Організація переговорних процесів	11	4	2	2		7
8	Тема 8. Кризові комунікації	12	4	2	2		8
	Разом за семестр	90	32	16	16		58
	<i>Форма підсумкового контролю</i>		<i>залік</i>				

Розглянуто на засіданні кафедри туристичного та готельно-ресторанного бізнесу 22.07.2024 р., протокол №12

Завідувач кафедри



Тетяна ТЕСЛЕНКО

ЗАТВЕРДЖУЮ

Проректор з навчальної та
наукової роботи
Дніпровського
гуманітарного університету
Тетяна АЛФЬОРОВА

« _____ » _____ 2024

ОБСЯГ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**КОМУНІКАТИВНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ**

(назва навчальної дисципліни)

Освітній ступінь бакалавр Спеціальність
(назва ступеня вищої освіти)

242 ТУРИЗМ

на 2024/2025 навчальний рік

Форма навчання ЗАОЧНА Обсяг 3
Кафедри ТУРИСТИЧНОГО ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОЇ БІЗНЕСУ

(назва кафедри)

Курс 3 Групи

№ т е м и з г і д н о з Р П Н Д	Назва теми (згідно з РПНД)	За га ль ни й об ся г го ди н	Аудиторна робота				Сам ості йна та інди виду альн а роб ота
			В сь ог о	Л е к ц і ї	С е м і н а р и	П р а к т . з а н я т т я	
1	2	3	4	5	6	7	8
1	Тема 1. Комунікативні цілі, концептуальний підхід. Види комунікацій та їх характеристика	22,5	3,5	2	1,5		19
2	Тема 2. Комунікативні технології. Вербальна та невербальна комунікація	22,5	3,5	2	1,5		19
3	Тема 3. Масові комунікації. Ділова комунікація та іміджмейкерство	22,5	3,5	2	1,5		19
4	Тема 4. Організація переговорних процесів. Кризові комунікації	22,5	3,5	2	1,5		19

Разом за I семестр	90	14	8	6		76
--------------------	----	----	---	---	--	----

Розглянуто на засіданні кафедри туристичного та готельно-ресторанного бізнесу 22.07.2024 р., протокол №12

Завідувач кафедри



Тетяна ТЕСЛЕНКО

Додаток 2
до Робочої програми з навчальної
дисципліни

ІНФОРМАЦІЙНЕ ТА МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

КОМУНІКАТИВНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ

(назва навчальної дисципліни)

Освітній ступінь Бакалавр Спеціальність 242 Туризм
(назва ступеня вищої освіти) (шифр і назва)

на 2024/2025 навчальний рік

Основна література:

1. Антипцева А. Комунікативний менеджмент : навч.-метод. посібник / А. Антипцева. – Харків, 2013. – 53 с.
2. Васильченко М.І. Комунікативний менеджмент: навчальний посібник / М.І. Васильченко, В.В. Гришко. – Полтава: ПолтНТУ, 2018. – 208 с.
3. Гордієнко Л. Ю. Адміністративний менеджмент : навч. посіб. / Л. Ю. Гордієнко – Харків : Вид. ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2016. – 216 с.
4. Жигайло Н. Ж. Комунікативний менеджмент : навч. посібник / Н. Ж. Жигайло – Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2012. - 368 с.
5. Осовська Г.В. Комунікації в менеджменті: / Г.В. Осовська. – Київ : Кондор, 2011. – 218 с.

Додаткова література:

6. Public Administration and Management: modern scientific and discussions : Collective monograph.Riga, Latvia : “Baltija Publishing”, 2020. – 300 p.
7. Афонченкова Т.М., Булюк О.В., Масенко Б.П., Панченко Ю.В., Федотова Н.В. Менеджмент і маркетинг туризму. Навч. посібник / за ред.. О.Є. Лугініна. – К.: Видавництво Ліра-К, 2012 -364 с.
8. Бебик В.М. Інформаційно-комунікаційний менеджмент у глобальному суспільстві: психологія, технології, техніка паблік рилейшнз: монографія / Бебик В.М. – К.: МАУП, 2015 – 438 с.
9. Воронкова В.Г., Беліченко А.Г., Мельник В.В. Етика ділового спілкування. Навчальний посібник для ВНЗ (рекомендовано МОН України) : Навчальний посібник 2017 – 312 с.
10. Гавкалова Н. Л. Визначення ролі комунікацій у публічному управлінні / Н. Л. Гавкалова, Джаін Прадін Кумар // Public Administration and Management: modern scientific and discussions : Collective monograph.Riga, Latvia : “Baltija Publishing”, 2020. – Р. 113–131.
11. Гордієнко Л. Ю. Публічне врядування : навч. посіб. / Л. Ю. Гордієнко, С. В. Лукашев. – Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2015. – 388 с.
12. Дахігг. Ч. Сила звички / Чарлз Дахігг ; пер. з англ. Ганни Лелів. – Нью-Йорк : Random House, 2012. – 400 с.
13. Жигайло Н. І. Психологія: Навчальний посібник / Н. І. Жигайло. – Львів : Сполом, 2013. – 264 с.
14. Коротич О .Б. Комунікації у державних інституціях: навч. посіб. / О.Б. Коротич. - Х. : Вид-во ХарРІ НАДУ “Магістр”, 2012. – 200 с.
15. Кушнір Р. О. Великий оратор, або як говорити так щоб вам аплодували стоячи / Р. О. Кушнір. – Дрогобич : Коло, 2013. – 258 с.
16. Лозниця В. С. Комунікативний менеджмент: навчальний посібник / В. С. Лозниця – Львів : ЛНУ імені Івана Франка, 2012 – 368 с.
17. Палеха Ю.І. Документально-інформаційні комунікації: навчальний посібник / Ю.І Палеха, Н.В. Мурейко, О.Г. Оксіюк. – К.: Ліра-К, 2014. – 386 с.
18. Снітинський В. В. Діловий етикет у міжнародному бізнесі : навч. посіб. / В. В. Снітинський, Н. Б. Завальницька, О. О. Брух. – Львів : Магнолія 2006, 2014. – 288 с. – (Вища освіта в Україні).
19. Стахурська С.А. Сучасна система комунікацій підприємства як чинник успішної діяльності на ринку / С.А. Стахурська, С.В. Ткачук // Формування ринкових відносин в Україні. – 2015. – № 12. – С. 112-114.
20. Теоретичні засади та організаційні механізми реформування державної служби в Україні : монографія / Н. Л. Гавкалова, Л. Й. Аведян, Л. Ю. Гордієнко та ін. ; за заг. ред. докт. екон. наук, професора Н. Л. Гавкалової. – Харків : Вид. ХНЕУ, 2012. – 312 с.

21. Феррацці К. Ваш надійний тил. Як налагодити зв'язки, що приведуть до успіху / Кейт Феррацці ; пер. з англ. Дмитра Кушніра. – Нью-Йорк, 2014. – 400 с.
22. Феррацці К. Ніколи не їжте наодинці та інші секрети успіху завдяки широкому колу знайомств / Кейт Феррацці ; пер. з англ. Ірини Грипи. – Нью-Йорк, 2014. – 400 с.
23. Химиця М.О. Інформаційна діяльність в органах державної влади та управління: навч. посіб. / Н.О. Химиця. – Львів: Видавництво Львівська політехніка, 2014. – 148 с.
24. Химиця Н.О. Ділова комунікація: навчальний посібник / Н.О. Химиця, О.О. Морушко. – Львів: Вид-во Львівської політехніки, 2016. – 208 с.
25. Холод О.М. Комунікаційні технології [текст] підручник / О.М. Холод – К.: «Центр учбової літератури». – 2013. – 211 с.
26. Холод О.М. Комунікаційні технології: підручник / О.М. Холод. – Київ : Центр учбової літератури, 2013. – 212 с.
27. Чан Кім В. Стратегія блакитного океану / В. Чан Кім, Рене Моборн. – Бостон, 2015. – 288 с.

Інформаційні ресурси

28. Закон України про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні. – Режим доступу: <http://www.rada.gov.ua>
29. Закон України про звернення громадян. – Режим доступу: <http://www.rada.gov.ua>
30. Закон України про інформацію. – Режим доступу : <http://www.rada.gov.ua>
31. Зв'язки з урядовими установами (Government relations). – Режим доступу: <https://pns.hneu.edu.ua/course/view.php?id=4618>
32. Методологія масових комунікацій. – Режим доступу: <https://pns.hneu.edu.ua/course/index.php?categoryid=877>
33. Комунікативний менеджмент в публічному адмініструванні. – Режим доступу: <https://pns.hneu.edu.ua/course/view.php?id=5701>

Розглянуто на засіданні кафедри туристичного та готельно-ресторанного бізнесу 22.07.2024 р., протокол №12

Завідувач кафедри



Тетяна ТЕСЛЕНКО

**ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ПРИВАТНИЙ ЗАКЛАД
ДНІПРОВСЬКИЙ ГУМАНІТАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ

**КАФЕДРА ТУРИСТИЧНОГО ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО
БІЗНЕСУ**

**ПЛАНІ СЕМІНАРСЬКИХ (ПРАКТИЧНИХ) ЗАНЯТЬ
НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

КОМУНІКАТИВНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ

Освітній ступінь	бакалавр	(назва навчальної дисципліни)	Спеціальність	242 ТУРИЗМ
		(назва ступеня вищої освіти)		(шифр і назва)
Освітня програма	ТУРИЗМ			
	(назва, дата і № наказу про затвердження ОП)			
Форма навчання	Денна			
	(денна/заочна)			
	у 2024/2025 навчальному році			

Плани семінарських (практичних)
занять обговорені та схвалені
на засіданні кафедри
22.07.2024 р., протокол №12
Завідувач кафедри



_____ **Тетяна Тесленко**
(місце)

Дніпро – 2022

ТЕМА 1. Комунікативні цілі, концептуальний підхід

Семінарське заняття № 1 (2 год)

Основні поняття, терміни та категорії, що підлягають засвоєнню: спілкування, типи спілкування, предмет спілкування, поняття комунікації, структура комунікації, паблік рілейшинз, ефективність комунікації в умовах ринку.

Уміння, які мають бути вироблені, та навички, які мають бути напрацьовані під час заняття: розуміти проблеми у процесі спілкування та застосовувати методику їх розв'язання на практиці, розрізняти типи спілкування; визначати поняття комунікації, її грані та структуру, а також умови ефективності зворотного зв'язку; визначати ефективність комунікації в умовах ринку та причини розвитку комунікації у бізнесі.

План:

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

Завдання до Теми 1:

Завдання 1. Виберіть афоризм, у якому найповніше розкрита сутність цієї теми. Обґрунтуйте ваш вибір.

1. "Єдина відома розкіш - це розкіш спілкування з людьми" (А. де Сент-Екзюпері).

2. "Пліткарка - той, хто говорить з вами про інших; зануда - той, хто говорить з вами про себе; а блискучий співрозмовник - той, хто говорить з вами про вас" (Л. Керк).

3. "Покажіть мені людину, яка жодного разу не пліткувала, і я покажу вам людину, котру люди зовсім не цікавлять" (Б. Уолтерс).

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!" (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 однастайність" (Я.К. Таціт).

8. "Якщо хочеш дізнатися про правду, вислухай обидві сторони і не вір жодній" (Г.У.Шоу).

9. "Посередництво - спосіб об'єднати обидві сторони проти себе" (А. Декурсель).

10. "Якщо два товариші попросять тебе вирішити їх суперечку, не погоджуйся, адже ти втратиш одного з друзів; але якщо двоє незнайомих попросять тебе зробити це саме, погоджуйся, тому що матимеш одного друга" (А.Августин).

11. "Умій так грюкнути дверима, щоб ніхто не чув" (К. Єлисеєв).

12. "Навіть наклеп люди прощають більш охоче, ніж повчання" (ЖЛ.Ріхтер).

13. "Нічого люди не приймають з такою відразою, як поради" (Дж.АдоЧсои).

Завдання 2. Визначення поняття комунікації. Визначте поняття комунікації й основні підходи до нього в суспільстві та бізнесі. Заповніть таблицю в шаблоні

Підходи до визначення поняття «комунікація»	Визначення

Спробуйте сформулювати власне визначення поняття «комунікація».

Я вважаю, що комунікація - це

...

Завдання 3. У таблиці поміщені ключові поняття та їхні визначення. Встановіть, якому поняттю ліворуч відповідає наведене праворуч визначення, вказавши потрібний номер.

Поняття	№	Визначення
Інформація		1. Процес висвітлення ідеї, яку намагається донести до одержувача джерело в символах, або перетворення ідей в символи
Канали передачі		2. Процес, за допомогою якого одержувач перетворює одержані символи в конкретну інформацію шляхом перетворення символів у значення
Відгук		3. Комунікації, що здійснюються зверху вниз і знизу вгору
Декодування		4. Комунікації, які є у формі планової та звітної документацій, пам'ятних записок, доповідей, оголошень, довідників, фірмових газет
Зворотний зв'язок		5. Телефонні розмови, публічні виступи, наради, безпосереднє спілкування тощо
Комунікаційний процес		6. Засоби для передачі сигналів від джерела до одержувача
Кодування		7. Реакція на інформацію, що була прочитана, побачена й почута

Усні комунікації		8. Обмін інформацією між двома або більше людьми, основна мета якого полягає в забезпеченні розуміння інформації, яка є предметом обміну, тобто повідомлень
Вертикальні комунікації		9. Сукупність реакції одержувача повідомлення після ознайомлення з його змістом
Комунікація		10. Процес обміну інформацією та змістовим значенням між двома чи більше людьми

Завдання 4. Визначте, правильні чи неправильні твердження. Відповідайте «так» або «ні» на поставлені питання. Обґрунтуйте вашу думку.

№	Питання	Відповідь	
		Так	Ні
1	На сьогодні інформація розглядається як один із найменш важливих ресурсів розвитку суспільства разом із матеріальними, енергетичними і людськими?		
2	Управлінська робота - це в основному робота, що ґрунтується на використанні фізичної праці?		
3	Комунікація - процес обміну інформацією та змістовим значенням між двома або більше особами?		
4	Інформаційні системи мають будуватися з урахуванням забезпечення максимальних зручностей і можливостей для безпосередніх користувачів		
5	У комунікаційному процесі розрізняють два базових елементи - відправник і одержувач?		
6	Неформальні комунікації поділяються на вертикальні, горизонтальні та діагональні?		
7	У процесі сумісної діяльності люди обмінюються різними установками, поглядами, ідеями, знаннями. Все це можна розглядати як інформацію		
8	Технічна проблема в комунікації пов'язана з вибором таких символів, що найточніше відображали б бажаний зміст?		
9	Вміння продуктивно і безконфліктно спілкуватися – це не тільки важлива професійна якість менеджера, але й необхідний елемент культури людини.		
10	Позитивним аспектом усних комунікацій є економія часу та забезпечення глибшого взаєморозуміння?		

Індивідуальні завдання до Теми 1:

1. У чому полягає сутність поняття "комунікація" та "комунікаційний процес"?
2. Які основні елементи комунікаційного процесу?
3. Від чого залежить ефективність комунікацій всередині організації?
4. Які ви знаєте шляхи забезпечення ефективних комунікацій?
5. Перерахуйте ознаки класифікації інформації.

Рекомендована література до Теми 1:

1. Антипцева А. Комунікативний менеджмент : навч.-метод. посібник / А. Антипцева. – Харків, 2013. – 53 с.

2. Васильченко М.І. Комунікативний менеджмент: навчальний посібник / М.І. Васильченко, В.В. Гришко. – Полтава: ПолтНТУ, 2018. – 208 с.
3. Осовська Г.В. Комунікації в менеджменті: / Г.В. Осовська. – Київ : Кондор, 2011. – 218 с.
4. Лозниця В. С. Комунікативний менеджмент: навчальний посібник / В. С. Лозниця – Львів : ЛНУ імені Івана Франка, 2012 – 368 с.

ТЕМА 2. Види комунікацій та їх характеристика

Семінарське заняття № 2 (2 год.).

Основні поняття, терміни та категорії, що підлягають засвоєнню:

відправник, кодування, повідомлення, канали передачі, декодування, приймач, відгук, ділова розмова, зворотний зв'язок, бесіда, обговорення, співбесіда, круглий стіл, мозкова атака, ділова командна гра, спір, полеміка, дискусія, диспути, дебати, торги, багатосторонні переговори, види та форми комунікації.

Уміння, які мають бути вироблені, та навички, які мають бути напрацьовані під час заняття: визначати структуру та елементи комунікативного процесу; когнітивну та афектативну сфери ділової розмови та її складові; розрізняти лінійна, кільцева, зіркова, колесо, багатозв'язна, ієрархічна схеми комунікації.

План.

1. Суть та складові елементи комунікативних навичок.
2. Комунікативна компетентність та її ознаки.

Завдання до Теми 2:

Завдання 1. Визначення рівня комунікабельності.

За допомогою тестових завдань №1, №2 перевірити власний рівень комунікабельності. Розробити рекомендації щодо методів, які допоможуть визначити рівень комунікабельності людини. Зробити висновки по роботі. Технологічні аспекти проведення заняття

ТЕСТ № 1

Вам потрібно дати відповіді на всі нижче подані запитання. Вільно виражайте свою думку на кожне запитання: якщо ваша відповідь на запитання позитивна, то помітьте його знаком «+», якщо не згодні, знаком «-»

Бланк запитань:

1. Чи багато у вас друзів, з якими ви постійно спілкуєтесь?
2. Чи довго вас хвилює почуття образи, спричинене вам ким-небудь з ваших товаришів?
3. Чи легко ви знайомитесь з різними людьми?
4. Чи вам приємніше і простіше проводити час із книгами чи мати інше заняття, ніж спілкуватися з людьми?

5. Чи легко ви встановлюєте контакт з людьми, які значно старші від вас за віком?
 6. Чи важко вам включатися в нові для вас компанії?
 7. Чи легко вам вдається встановити контакт із незнайомими людьми?
 8. Чи важко вам освоїтися у новому колективі?
 9. Чи прагнете ви при нагоді познайомитися і побалакати з новою людиною?
 10. Чи дратують вас навколишні люди і чи часто хочеться вам побути наодинці?
 11. Чи подобається вам постійно знаходитися серед людей?
 12. Чи з'являються у вас почуття вагання, незручності чи сором'язливості, якщо приходить проявляти ініціативу, щоб познайомитися з новою людиною?
 13. Чи любите ви брати участь у колективних забавах?
 14. Чи почуваете ви себе невпевнено серед малознайомих вам людей?
 15. Чи припускаєте ви, що можете внести позитивні зміни у малознайому для вас компанію?
 16. Чи прагнете ви обмежити коло своїх знайомих?
 17. Чи почуваете ви себе невимушено, коли потрапляєте у незнайому вам компанію?
 18. Чи почуваете ви себе досить впевненим і спокійним, коли необхідно говорити про щось великій групі людей?
 19. Чи маєте ви багато друзів?
 20. Чи часто ви є центром уваги своїх товаришів?
- Відповіді на запитання можна подати у спеціальному бланку відповідей.

БЛАНК ВІДПОВІДЕЙ

1		11	
2		12	
3		13	
4		14	
5		15	
6		16	
7		17	
8		18	
9		19	
10		20	

Для кількісної обробки результатів служить дешифратор, в якому поставлена максимальна сума «Ідеальних відповідей», які відтворюють яскраво виражені комунікативні здібності.

1	+	11	+
2	-	12	-
3	+	13	+
4	-	14	-
5	+	15	+
6	-	16	-
7	+	17	+
8	-	18	-
9	+	19	+
10	-	20	-

Далі підраховується кількість відповідей, що співпали з дешифратором. Оцінковий коефіцієнт (К) виражає відношення кількості, що співпали до максимально можливого співпаданя (20):

$$K = X/20;$$

де К – величина оцінкового коефіцієнта; X – кількість відповідей, що співпали з дешифратором.

Оцінка результатів. Показники, отримані за цією методикою, можуть варіювати від 0 до 1. Показники, ближчі до 1, говорять про високий рівень комунікабельних здатностей, ближчі до 0 – про низький рівень. Записуємо отриманий результат у бланк відповідей та порівнюємо його із шкалою оцінок

ШКАЛА ОЦІНОК

Коефіцієнт	Оцінка	Рівень комунікаційних здібностей
0,10-0,45	1	Низький
0,46-0,55	2	Нижче середнього
0,56-0,65	3	Середній
0,66-0,75	4	Високий
0,76-1,0	5	Дуже високий

Завдання 2. На кожне з цих 16 запитань дайте відповідь: «так», «інколи» або «ні».

1. Вас чекає звичайна ділова зустріч. Чи виводить вона вас з рівноваги?
2. Чи відкладаєте ви зустріч з лікарем до того часу, коли це стає необхідним?
3. Чи викликає у вас боязкість і невдоволення доручення виступити з промовою, повідомленням, інформацією на нараді, зібранні?
4. Вам пропонують поїхати у відрядження в місто, в якому ви ніколи не були. Чи прикладете максимум зусиль, щоб запобігти цьому відрядженню?
5. Чи любите ви ділитися переживаннями з кимось?

6. Чи дратує вас, коли незнайома людина на вулиці звернеться до вас з проханням (показати дорогу, сказати годину)?

7. Чи вірите ви, що існує проблема «батьків і дітей», і що людям різних поколінь важко зрозуміти одне одного?

8. Чи соромитесь ви нагадати знайомому про те, що він забув повернути вам борг, який позичив декілька місяців тому?

9. У ресторані або в їдальні вам дали недоброякісну страву. Чи промовчите ви, лише відсунувши тарілку?

10. Опинившись один на один з незнайомцем, ви будете мовчати? І чи знервує вас те, якщо першим заговорить незнайомиць?

11. Чи впадаєте ви у відчай, бачачи довгу чергу? Чи відмовитесь ви від своїх намірів стати в хвіст цієї черги?

12. Чи побоюєтесь ви брати участь у будь-якій комісії з розгляду конфліктних ситуацій?

13. У вас свої, суто індивідуальні критерії оцінок творів літератури, мистецтва і жодних «чужих» думок на цей рахунок ви не сприймаєте?

14. Почувши «в кулуарах» помилкові твердження з добре відомого вам питання, чи промовчите ви, не вступаючи в дискусію?

15. Чи викликає у вас невдоволення прохання когось допомогти розібратись у службовому питанні або навчальній темі?

16. Чи надаєте ви перевагу письмовій формі відповіді над усною?

Оцінки відповідей: «так» – 2 очки, «інколи» – 1 очко, «ні» – 0 очок.
Підсумуйте свої очки.

Результати:

30-32 очки – ви явно некомунікабельні і в цьому ваша біда, оскільки страждаєте від цього, в першу чергу, ви. Але й близьким людям, які вас оточують теж нелегко! Постарайтеся стати більш компанійським, контролюйте себе.

25-29 очок – ви замкнуті, неговіркі, надаєте перевагу самотності й тому у вас, напевно, мало друзів. Нова робота і необхідність нових контактів, якщо і не вводять вас у паніку, то надовго виводять з рівноваги. Знаєте цю особливість свого характеру і буваєте невдоволені собою. Але не обмежуєтесь лише невдоволенням – ви здатні за певних умов змінити свій характер.

19-24 очки – ви в певній мірі компанійські: в незнайомій обстановці відчуваєте себе досить впевнено. Нові проблеми вас не лякають. І все ж з новими людьми ви сходитеся нерішуче, в суперечках і диспутах берете участь без задоволення. У ваших висловлюваннях часом забагато сарказму, без будь-яких підстав.

14-18 очок – у вас нормальна комунікабельність. Ви допитливі. Охоче слухаєте цікавого співбесідника, досить терплячі, відстоюєте свою точку зору спокійно. Без переживань ідете на зустріч з новими людьми. У той же час не

полюблюєте галасливих компаній; екстравагантні вчинки, багатослів'я викликають у вас роздратування.

9-13 очок – ви дуже комунікабельні (часом понад міру). Допитливі, говірки, полюблюєте висловлюватись з різних питань, що, буває, викликає роздратування оточуючих. Охоче знайомитесь з новими людьми. Полюблюєте бути в центрі уваги, нікому не відмовляєте в проханнях, хоча не завжди можете їх виконати.

4-8 очок – ви дуже товариські. Ви завжди в курсі усіх справ, полюблюєте брати участь в усіх дискусіях, хоча серйозні теми можуть викликати у вас хандру. Охоче берете слово з будь-якої теми, навіть якщо маєте лишень поверхове уявлення. Всюди почуваєте себе, як в своїй тарілці.

3 очка і менше – ваша комунікабельність носить хворобливий характер. Ви говірки, багатослівні і втручаєтесь у справи, які не мають до вас ніякого відношення. Беретесь судити про проблеми, в яких цілком некомпетентні.

Індивідуальні завдання до Теми 2:

1. Що таке міжособистісна комунікація?
2. Охарактеризуйте основні принципи міжособистісної комунікації.
3. Що таке тактика і стратегія мовного повідомлення?
4. Дайте визначення стилів слухання.
5. Проаналізуйте стадії передачі мовного повідомлення.
6. Охарактеризуйте стилі слухання.
7. Сформулюйте правила ефективної комунікації.

Рекомендована література до Теми 2:

1. Васильченко М.І. Комунікативний менеджмент: навчальний посібник / М.І. Васильченко, В.В. Гришко. – Полтава: ПолтНТУ, 2018. – 208 с.
2. Бебик В.М. Інформаційно-комунікаційний менеджмент у глобальному суспільстві: психологія, технології, техніка паблік рилейшнз: монографія / Бебик В.М. – К.: МАУП, 2015 – 438 с.
3. Холод О.М. Комунікаційні технології [текст] підручник / О.М.Холод –К.: «Центр учбової літератури». – 2013. – 211 с.

ТЕМА 3. Резюме: зміст, види, приклади

Семінарське заняття №3 (2 год.)

Основні поняття, терміни та категорії, що підлягають засвоєнню:
резюме: хронологічне, функціональне, резюме кобмінованого типу, міжнародне резюме CV, прес-реліз, рекомендаційний лист.

Уміння, які мають бути вироблені, та навички, які мають бути напрацьовані під час заняття: розрізняти основні види та правила складання резюме; правила складання рекомендаційного листа; особливості складання прес-релізів.

План.

1. Резюме: зміст, види, приклади.

2. Використання резюме у бізнес-комунікаціях.
3. Основні правила складання та види резюме: хронологічне, функціональне, резюме кобмінованого типу, міжнародне резюме CV.

Індивідуальні завдання до Теми 3:

Скласти із дотриманням усіх вимог до написання:

- рекомендаційний лист (на себе);
- прес-реліз;
- резюме (власне).

Приклади написання цих документів наведені в додатках.

Рекомендована література до Теми 3:

1. Бебик В.М. Інформаційно-комунікаційний менеджмент у глобальному суспільстві: психологія, технології, техніка паблік рилейшнз: монографія / Бебик В.М. – К.: МАУП, 2015 – 438 с.
2. Палеха Ю.І. Документально-інформаційні комунікації: навчальний посібник / Ю.І Палеха, Н.В. Мурейко, О.Г. Оксінок. – К.: Ліра-К, 2014. – 386 с.
3. Міжнародний бізнес: підручник / за ред.проф. В. А. Вергуна. – К. : ВАДЕКС, 2014. – 810 с.

ТЕМА 4. Підготовка і проведення презентації

Семінарське заняття №4 (2 год)

Основні поняття, терміни та категорії, що підлягають засвоєнню: презентація, чинники ефективної презентації; мета і структура презентації; алгоритм процесу підготовки презентації

Уміння, які мають бути вироблені, та навички, які мають бути напрацьовані під час заняття: застосовувати на практиці специфіку візуального ряду презентації як різновиду публічного мовлення; визначати класифікаційні ознаки та типи презентацій за об'єктом; використовувати брифінг, ексклюзив, конференцію та шоу за метою та масштабами презентацій, застосовувати мовленнєві, стилістичні і комунікативні принципи презентації.

План.

1. Поняття презентації. Чинники ефективної презентації.
2. Мета і структура презентації.
3. Алгоритм процесу підготовки презентації.
4. Специфіка проведення презентації.

Індивідуальні завдання до Теми 4:

Створити автоматизовану презентацію за тематикою за власним вибором здобувача з використанням наступних вимог:

1. Стислий виклад матеріалу, максимальна інформативність тексту.
2. Використання лише знайомих аудиторії слів і скорочень.
3. Ретельно структурована інформація.

4. Відсутність нагромаджень.
5. Короткі заголовки, наявність маркованих і нумерованих списків.
6. Важливу інформацію подавати великим і виділеним шрифтом у лівому верхньому куті слайда.
7. Другорядну інформацію бажано розміщувати внизу слайда.
8. Кожне положення (ідею) подавати окремим абзацом.
9. Використовувати таблиці, діаграми та схеми, щоб подати матеріал компактно й наочно.
10. Графіка має органічно доповнювати текст.
11. Пояснення розташовувати якнайближче до ілюстрацій, з якими вони мають з'являтися на екрані одночасно.
12. Інструкції до виконання завдань потрібно ретельно продумати щодо їх стислості й однозначності.
13. Текст потрібно ретельно перевірити щодо відсутності орфографічних, граматичних і стилістичних помилок.
14. Використовувати для тексту і графічних зображень звуковий супровід.

Рекомендована література до Теми 4:

1. Методологія масових комунікацій. – Режим доступу: <https://pns.hneu.edu.ua/course/index.php?categoryid=877>
2. Комунікативний менеджмент в публічному адмініструванні. – Режим доступу: <https://pns.hneu.edu.ua/course/view.php?id=5701>

ТЕМА 5. Масові комунікації. Комунікації із ЗМІ

Семінарське заняття №5 (2 год)

Основні поняття, терміни та категорії, що підлягають засвоєнню:

засоби масових комунікацій та їх класифікація; співвідношення понять «засоби масової інформації» та «засоби масової комунікації»; методи та форми впливу ЗМК на масову свідомість; друковані та електронні ЗМК, радіо, Інтернет та глобалізація комунікативного простору; засоби масових комунікацій та їх класифікація; співвідношення понять «засоби масової інформації» та «засоби масової комунікації»; методи та форми впливу ЗМК на масову свідомість; друковані та електронні ЗМК, радіо, Інтернет та глобалізація комунікативного простору.

Уміння, які мають бути вироблені, та навички, які мають бути напрацьовані під час заняття: вміти використовувати на практиці особливості процесу масової комунікації як суспільного явища; визначати основні переваги та вади друкованих видань у сучасному комунікативному просторі, особливості використання електронних медіа у комунікативних кампаніях; використовувати на практиці форми публічних виступів, таких як промова, доповідь, проповідь, огляд подій.

План

1. Формування медіа-зв'язків і правила взаємодії з журналістами.

Заходи для преси.

2. Технології написання прес-релізу. Інші тексти для преси.

3. Особливості інтерв'ю різним ЗМІ.

4. Корпоративні ЗМІ.

5. Методи та форми впливу на аудиторію у масовій комунікації.

6. Значення класифікацій систем засобів масової комунікації. Види класифікацій.

7. Класифікація систем засобів масової комунікації

Індивідуальні завдання до Теми 5:

1. Поняття масової комунікації.

2. Функції масової комунікації.

3. Основні теорії масової комунікації.

4. Книга як текстовий засіб.

5. Газета: визначення, різновиди, зовнішні особливості.

6. Особливості журнальних видань. Їх види.

7. Поняття, значення і функції зображувальних ЗМК.

8. Види зображувальних СЗМК. Види і жанри фотографій.

9. Види радіомовлення.

10. Специфіка радіовпливу. Виразальні мовленнєві засоби радіо.

11. Поняття телебачення. Специфіка телекомунікацій.

12. Структура і базові принципи телебачення.

13. Відео. Його функції та місце у системі СЗМК.

14. Засоби відео впливу. Особливості відеокommunікацій.

Рекомендована література до Теми 5:

1. Бебик В.М. Інформаційно-комунікаційний менеджмент у глобальному суспільстві: психологія, технології, техніка паблік рилейшнз: монографія / Бебик В.М. – К.: МАУП, 2015 – 438 с.

2. Кушнір Р. О. Великий оратор, або як говорити так щоб вам аплодували стоячи / Р. О. Кушнір. – Дрогобич : Коло, 2013. – 258 с.

3. Стахурська С.А. Сучасна система комунікацій підприємства як чинник успішної діяльності на ринку / С.А. Стахурська, С.В. Ткачук // Формування ринкових відносин в Україні. – 2015. – № 12. – С. 112-114.

ТЕМА 6. Організація переговорних процесів

Семінарське заняття №6 (2 год.)

Основні поняття, терміни та категорії, що підлягають засвоєнню:

підготовка до переговорів: вибір часу та місця зустрічі, підготовка приміщення; порядок ведення переговорного процесу, взаємне уточнення інтересів, етап обговорення, узгодження позицій і розробка домовленостей; суть методу позиційного торгу та метод принципів переговорів;

стратегічні методи ведення переговорів: метод „балкону”, метод Сократа; стилі ведення переговорів та рекомендації щодо ведення переговорів.

Уміння, які мають бути вироблені, та навички, які мають бути напрацьовані під час заняття: опрацювати переговорний процес, знати порядок ведення переговорного процесу, процес узгодження позицій і розробка домовленостей, використовувати на практиці різні стратегії та стилі ведення переговорів.

План.

1. Організація проведення зборів.
2. Організація проведення нарад.
3. Організація проведення щоденних підрозділових планів-нарядів у туристичних підприємствах.
4. Виступи на зборах і нарадах.
5. Організація проведення ділових бесід.
6. Організація телефонних розмов.
7. Організація проведення комерційних переговорів.

Завдання до теми 6:

Завдання 1. Виробіть рекомендації щодо підвищення ефективності ділової бесіди. Охарактеризуйте правила ведення телефонної бесіди.

Завдання 2. Обдумайте ситуації та зробіть вибір (а, б, в). Чому Ви зробили саме такий вибір? Чим він зумовлений? Обговоріть результати.

Службовець телефонує Вашому секретареві і просить організувати розмову з Вами з приводу нещодавно прийнятого Вами рішення. Ви:

- а) поговорите з ним самі;
- б) попросите надіслати доповідну через його начальника;
- в) зателефонуєте начальникові цього службовця і доручите йому зайнятися цією проблемою.

Завдання 3. Проаналізуйте стадії ведення комерційних переговорів.

Завдання 4. Джек Стек у книзі «Велика гра в бізнес» так оцінює роль зборів: «Вони служать нашим організаційним щитом управління, вони є засобом, за допомогою якого ми підтримуємо зв'язок один з одним. Вони задають темп і тон, настрої всій компанії. Коли я замислююся про те, як багато наші збори дають, мене дивує, що стільки компаній обходяться взагалі без усяких регулярних зборів». Далі Джек Стек пише: «...чергові збори співробітників є особливою категорією, тому що вони відіграють особливу роль. Принаймні, повинні грати. Найголовніша їх функція - створити організацію. Вони повинні згуртувати компанію воедино. Вони повинні допомагати людям бізнесу. Працівникам вони повинні давати те, що їм необхідно для роботи. Люди повинні розуміти зміст прийнятих на них рішень чітко й однозначно». А як вважаєте Ви? Чи дійсно збори відіграють таку значну роль в управлінні та впливають на створення та згуртування компанії? Приведіть приклади із сучасності, які доводять, що збори забезпечують

менеджерів усіма необхідними для управління засобами та об'єднують людей навколо загальних цінностей і цілей.

Завдання 5. Деякі теоретики менеджменту вважають, що бесіди з людьми відіграють провідну роль в успіху начальника. Тому в США та інших країнах надається велика увага організації індивідуальних бесід керівника з підлеглими. Чи згодні Ви з цією точкою зору? Чому? Свою відповідь проілюструйте прикладами з повсякденного життя. Завдання 6. Швейцарський мислитель XVIII століття І. Лафатер говорив: «Хочеш бути розумним - навчися розумно питати, уважно слухати, спокійно відповідати і не говорити, коли нічого більше сказати». Що він розуміє під цим твердженням? Чи згодні Ви з цією думкою, аргументуйте свою відповідь. Чи підходить рецепт Лафатера І. сучасним менеджерам?

Індивідуальні завдання до Теми 6:

1. Як потрібно готувати збори?
2. Яка процедура ведення зборів?
3. У чому суть підготовки та процедури виступу на зборах і нарадах?
4. Що таке ділова бесіда?
5. Які етапи підготовки ділової бесіди?
6. Як організується процедура ведення бесіди?
7. Яка структура і процедура телефонної розмови?
8. Назвати правила організації телефонної розмови.
9. Чим відрізняються комерційні переговори від інших видів ділового спілкування?
10. З яких елементів складається схема комерційних переговорів?
11. Яких правил слід дотримуватися, щоб забезпечити успішний хід переговорів?

Рекомендована література до Теми 6:

1. Зовнішньоекономічна діяльність : навч. посіб. / Ю. Г. Козак, Є. В. 1. Бебик В.М. Інформаційно-комунікаційний менеджмент у глобальному суспільстві: психологія, технології, техніка паблік рилейшнз: монографія / Бебик В.М. – К.: МАУП, 2015 – 438 с.
2. Кушнір Р. О. Великий оратор, або як говорити так щоб вам аплодували стоячи / Р. О. Кушнір. – Дрогобич : Коло, 2013. – 258 с.
3. Стахурська С.А. Сучасна система комунікацій підприємства як чинник успішної діяльності на ринку / С.А. Стахурська, С.В. Ткачук // Формування ринкових відносин в Україні. – 2015. – № 12. – С. 112-114.

ТЕМА 7. Кризові комунікації

Семінарське заняття №7 (2 год.)

Основні поняття, терміни та категорії, що підлягають засвоєнню:

труднощі комунікації, основні причини поганої комунікації, міжособистісні бар'єри, пов'язані із сприйняттям, семантичними бар'єрами,

невербальними перепонами, неякісним зворотним зв'язком, невмінням слухати, помилки в спілкуванні.

Уміння, які мають бути вироблені, та навички, які мають бути напрацьовані під час заняття: визначати основні групи помилок комунікації, неправильну настанову свідомості та якість комунікації, виправляти помилки в спілкуванні.

План.

1. Суть та види комунікативних конфліктів.
2. Основні характеристики комунікативних конфліктів.
3. Негативні наслідки конфлікту та методи зняття напруги.

Завдання до теми 7

Завдання 1. Використовуючи словники та енциклопедії, дати визначення основних термінів теми: конфлікт, чвари, кон'юнктура, суперництво, боротьба, конкуренція.

Завдання 2. 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	

Завдання 3. У таблиці поміщені ключові поняття та їхні визначення негативних наслідків конфлікту. Встановіть, якому поняттю ліворуч відповідає наведене праворуч визначення, вказавши потрібний номер.

Поняття	№	Визначення
Невроз нав'язливого стану		1. Сукупність захисних фізіологічних реакцій, які виникають в 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 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.
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.

Індивідуальні завдання до Теми 7:

1. Розкрити поняття комунікативного конфлікту.
2. З яких елементів складається конфліктна взаємодія?
3. Назвати види комунікативних конфліктів та дати їм характеристику.
4. Які негативні стани та реакції виникають у людей під час комунікативних конфліктів?
5. Назвати правила та методи зняття напруги.

Рекомендована література до Теми 7:

1. Современные коммуникационные технологии в организации. URL : http://itsjournalist.ru/Articles/sovremennye_kommunikacionnye_tehnologii_v_organizacii.html
2. Шавкун І. Г. Ділова комунікація: сутність та типологізація // Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії: Зб. наук. пр. - Вип. – 38 Запоріжжя: ЗДІА, 2009. – С. 67-75.
3. Шавкун І.Г. Основи ділової комунікації: Практикум з навчального курсу «Основи ділової комунікації» для студентів напряму підготовки “Менеджмент”, – Запоріжжя : ЗНУ, 2010. – 100 с.

ТЕМА 8. Ділова атрибутика і одяг

Семінарське заняття №8 (2 год.)

Основні поняття, терміни та категорії, що підлягають засвоєнню:

культура ділового одягу жінки; культура ділового одягу чоловіка; культура ділового подарунку. основні правила вітань; ділова візитка: правила оформлення; загальні правила прощань.

Уміння, які мають бути вироблені, та навички, які мають бути напрацьовані під час заняття: використовувати набуті знання на практиці.

План.

1. Візитні картки. Вправа «Розробка ділової візитки».
2. Ділові подарунки.
3. Діловий одяг.

Завдання до теми 8:

Завдання 1. Спробуйте розробити класичний вигляд ділової візитки фірми, підприємства або відділу згідно вимог до її оформлення.

Завдання 2. У діловому світі, як і в повсякденному житті, прийнято робити подарунки, підносити речі з фірмовими знаками або в фірмовій обгортці. Однак необхідно знати, що тут потрібні міра, такт і виконання суворих, розроблених протягом багатьох років, правил. Виробіть рекомендації щодо вибору подарунків із врахуванням положення, віку, статі, індивідуальних та культурних особливостей ділових партнерів.

Завдання 3. Як ви розумієте прислів'я “зустрічають по одягу, а проводжають по розуму”. Як це прислів'я використовується в діловому світі? Виробіть основні правила для ділової жінки (чоловіка), щоб одягатися відповідно до стилю роботи (посади), на яку вони претендують. Аргументуйте Вашу думку.

Індивідуальні завдання до Теми 8:

1. У чому суть оформлення та використання візитних карток?
2. Яких правил слід дотримуватися при оформленні ділових подарунків?
3. У чому полягають особливості ділового одягу жінки?
4. У чому полягають особливості ділового одягу чоловіка?
5. Назвати рекомендації з підбору та комбінування ділового одягу і аксесуарів для жінок і чоловіків.

Рекомендована література до Теми 8:

1. Діловий стиль одягу для жінок та чоловіків. URL : <https://volynonline.com/dilovuj-styl-odyagu-dlya-zhinok-ta-cholovikiv/>
2. Діловий стиль одягу – особливі тенденції 2021 року. URL : <https://znayou.pro/dilovyi-styl-pravya/>
3. Резніченко В. Довідник-практикум офіційного, дипломатичного, ділового протоколу та етикету / Київська міська держ. адміністрація. — К. : УНВЦ "Рідна мова", 2013. — 480с.
4. Стоян Т. Діловий етикет: моральні цінності і культура поведінки бізнесмена: Навчальний посібник/ Тетяна Стоян,; М-во освіти і науки

України, Київ. економ. ін-т менеджм.. — К.: Центр навчальної літератури, 2004. — 231 с.

Результатом самостійної роботи студентів є також написання та захист комплексно-практичного індивідуального завдання (КПЗ), яке складається з двох частин – теоретичної та практичної.

I. Теоретичні питання: теми КПЗ

1. Спілкування як основа життєдіяльності людей та їхньої взаємодії.
2. Спілкування як соціально-комунікативна форма активності особистості.
3. Спілкування як соціально-психологічна категорія.
4. Структура спілкування. Функції спілкування.
5. Культура ділового спілкування.
6. Етичні основи ділового спілкування.
7. Моральна культура як етична основа спілкування.
8. Ділове спілкування як процес комунікації. Характеристика моделі процесу комунікації.
9. Феномен спілкування у концепції М. Бубера.
10. Психологічна природа спілкування. Види та рівні спілкування.
11. Моделі спілкування.
12. Стили ділового спілкування: компаративний аналіз.
13. Вербальні засоби спілкування.
14. Мова як засіб спілкування. Культура мови та мовленнєвий етикет.
15. Культура слухання. Методи активного слухання.
16. Культура говоріння. Види мовних актів. Типи конструювання повідомлень.
17. Запитання як засіб активізації процесу спілкування. Види питань.
18. Порівняльна характеристика основних теорій мотивації та особливості їх реалізації у практиці вітчизняного управління.
19. Система методів морального стимулювання персоналу організації й основні підходи до її ефективної побудови.
20. Аналіз, оцінка та основні форми матеріального стимулювання персоналу організації.
21. Психологічна природа спілкування. Умови ефективної комунікації.
22. Бесіда як форма ділового спілкування. Функції та види бесід.
23. Бесіда та діловий етикет.
24. Форми колективного обговорення ділових проблем.
25. Організація діяльності керівника та вплив стилю керівництва на результати роботи організації.
26. Професійні якості керівника та оцінка ефективності їх реалізації в управлінні сучасною організацією.

27. Виявлення і використання резервів підвищення ефективності комунікаційта якості управлінської діяльності.

28. Переговори як форма ділового спілкування. Стратегії та технології ведення переговорів.

29. Попередження та вирішення конфліктів як інструмент запобігання економічних, соціальних і психологічних втрат в межах організаціях.

30. Дискусія як форма колективного обговорення ділової проблеми.

II. Практичне завдання: скласти із дотриманням усіх вимог до написання:

- рекомендаційний лист (на себе);

- прес-реліз;

- резюме (власне).

Робота має за обсягом становити 10-15 сторінок, обов'язково містити план, основну частину, список використаної літератури

ПИТАННЯ ДЛЯ ПІДСУМКОВОГО КОНТРОЛЮ (ЗАЛІК)

1. Види ділового листування.
2. Види прийомів, які існують у міжнародній практиці.
3. Вплив емоцій на хід ділової розмови.
4. Вплив міміки і голосу на ефективність комунікацій.
5. Ділова візитка: правила оформлення.
6. Ділові стратегії управління спілкуванням.
7. Етапи проведення співбесіди при працевлаштуванні.
8. Загальна класифікація листів.
9. Загальні правила ділового листування.
10. Загальні правила для проведення ділових бесід.
11. Загальні правила прощань.
12. Загальноприйняті правила складання ділових листів.
13. Засоби писемної комунікації.
14. Комунікації в організаціях.
15. Культура ведення ділових розмов по телефону.
16. Культура ділового одягу жінки.
17. Культура ділового одягу чоловіка.
18. Культура ділового подарунку.
19. Мова жестів у комунікації.
20. Написання переконуючих листів: цілі переконання.
21. Організація та проведення прийомів з розташуванням.
22. Основні правила вітань.
23. Особливості написання листів, що містять позитивні та нейтральні повідомлення.
24. Оформлення службових документів.
25. Підготовка до переговорів.
26. Порядок ведення переговорного процесу.
27. Правила ведення суперечки.
28. Правила ведення телефонних ділових розмов.
29. Правила ліквідації комунікаційних бар'єрів.
30. Правила написання резюме.
31. Правила оформлення реквізитів листа.
32. Психологічна культура ділової розмови.
33. Реквізити службових документів: склад, зміст та вимоги до розташування.
34. Рекомендації для досягнення ефективного слухання.
35. Рекомендаційний лист: ціль складання.
36. Різновиди бесід.
37. Розвиток писемної комунікації.
38. Службові листи: значення, підготовка і правила написання.

39. Стилi вeдeння пeрeгoвoрiв.
40. Стратeгiя вeдeння пeрeгoвoрiв.
41. Сутнiсть дiлoвoгo стилoу спiлкувaння.
42. Сутнiсть дoпoвiдi тa її стpуктyрa. Пpавилa нaписaння.
43. Сутнiсть кoмeрцiйних пeрeгoвoрiв.
44. Сутнiсть кoмyнiкaцiйнoгo кoнфлiктy.
45. Сутнiсть пoвiдoмлeння тa дiї для пpавильнoгo спpийняття вaшoгo пoвiдoмлeння.

КОНТЕНТ З ДИСЦИПЛІНИ КОМУНІКАЦІЙНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ

Тема 1.

Прoблeмa тa пpактикa спiлкувaння. Пoняття спiлкувaння. Типи спiлкувaння. Пpедмeт спiлкувaння. Нaкoпичувaчi свiдoмoстi.

Пoняття кoмyнiкaцiї. Гpанi кoмyнiкaцiї. Стpуктyрa кoмyнiкaцiї. Умoви eфeктивнoстi звoрoтнoгo зв'язкy. Соцiальнi iнститyти кoмyнiкaцiї. Iнститyт «Пaблiк Рiлeйшинз». Гoлoвнa мeтa цьoгo iнститyтy. Eфeктивнiсть кoмyнiкaцiї в умoвax ринкy. Пpичини рoзвиткy кoмyнiкaцiї y бiзнeсi. Бaгaтoкaнaльний кoмyнiкaтивний зв'язoк.

Тема 2.

Стpуктyрa кoмyнiкaтивнoгo пpocecy. Eлeмeнти кoмyнiкaтивнoгo пpocecy (вiдпpавник, кoдyвaння, пoвiдoмлeння, кaнaли пeрeдaчi, дeкoдyвaння, пpиймaч, вiдгyк, звoрoтний зв'язoк). Шyми y систeмi кoмyнiкaцiї. Дiлoвa рoзмoвa. Бeсiдa, oбгoвoрeння, спiвбeсiдa. Види кoмyнiкaцiї. Фoрми кoмyнiкaцiї. Висхiднi тa низхiднi кoмyнiкaцiї. Схeми кoмyнiкaцiї.

Тема 3.

Змiст пoняття «кoмyнiкaтивнi тeхнoлoгiї». Кoмyнiкaтивнa дiяльнiсть: її склaдoвi, типи, фyнкцiї oдиниць. Кoмyнiкaтивний aкт i кoмyнiкaтивний eфeкт. Eфeктивнiсть кoмyнiкaтивнoї дiяльнoстi, її склaдoвi. Нeeфeктивнa кoмyнiкaцiя. Пpичини знижeння eфeктивнoстi кoмyнiкaцiї. Ситyaтивнi типи кoмyнiкaтoрiв..

Тема 4.

Оcoбливoстi вeрбaльнoї кoмyнiкaцiї, зoкpeмa спeцифiкa yсних вeрбaльних кoмyнiкaцiї, їх типoлoгiзaцiя, стpуктyрa пyблiчнoгo вистyпy тa рeкoмeндaцiї для пpедстaвлeння пpoмoви; види пpoмoв; кoмyнiкaцiї з викoристанням письмoвoї мoви; спiчpайтинг.

Пoхoджeння нeвeрбaльнoї кoмyнiкaцiї, її вzаємoзв'язoк iз вeрбaльнoю кoмyнiкaцiєю; oптикo-кiнeтичнi кoмyнiкaцiї: жeстикyляцiя, мiмiкa, пaнтoмiмiкa; фoнaцiйнi тa гpafiчнi зaсoби нeвeрбaльнoї кoмyнiкaцiї; ситyaтивнi змiннi нeвeрбaльнoї кoмyнiкaцiї, пpoxceмiкa.

Тема 5.

Засоби масової комунікації та інформації Особливості процесу масової комунікації як суспільного явища. Поняття «засоби масової комунікації» (ЗМК). Класифікація ЗМК. Характеристики основних видів ЗМК. Основні типи та канали ЗМК. Співвідношення понять «засоби масової інформації» (ЗМІ) та «засоби масової комунікації» (ЗМК). Теорії впливу ЗМК на аудиторію. Друковані ЗМК. Електронні ЗМК. Радіо. Інтернет та глобалізація комунікативного простору. Комунікативні особливості ЗМК.

Тема 6.

Автокомунікація, міжособистісна, групова та масова форми комунікації; етапи підготовки видів ділової комунікації: ділова бесіда, переговори, службова телефонна розмова, дискусія, нарада; просторові норми ділової комунікації. Комунікативний менеджмент.

Імідж у контексті комунікаційної системи. Іміджмейкер як тип комуніканта. Використання основних типів іміджу в роботі іміджмейкера. Практичні засади професійної діяльності іміджмейкера.

Тема 7.

Підготовка до переговорів. Вибір часу та місця зустрічі. Підготовка приміщення. Опрацювання переговорного процесу. Порядок ведення переговорного процесу. Взаємне уточнення інтересів. Етап обговорення. Узгодження позицій і розробка домовленостей. Техніка ведення переговорів. Стратегія ведення переговорів. Стили ведення переговорів. Рекомендації щодо ведення переговорів.

Тема 8.

Труднощі комунікації. Основні групи помилок комунікації. Помилки відправлення повідомлення, одержання повідомлення, особистих настанов, колективної дії, організації. Основні причини поганої комунікації. Міжособистісні бар'єри, пов'язані із сприйняттям, семантичними бар'єрами, невербальними перепонами, неякісним зворотним зв'язком, невмінням слухати. Помилки в спілкуванні. Контроль, обмежений інцидентами. Тотальний контроль. Прихований контроль. Вибірковий контроль. Контроль заради проформи. Контроль внаслідок недовіри..