

**МІНІСТЕРСТВО КУЛЬТУРИ ТА ІНФОРМАЦІЙНОЇ  
ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ  
ХАРКІВСЬКА ДЕРЖАВНА АКАДЕМІЯ КУЛЬТУРИ**

Факультет соціальних комунікацій і музейно-туристичної  
діяльності  
Кафедра туристичного бізнесу



**ОРГАНІЗАЦІЯ СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ В ТУРИЗМІ  
(АНГЛ. МОВОЮ)**

Програма та навчально-методичні матеріали до курсу

Освітньо-професійна програма Туризмознавство

Спеціальність 242 «Туризм»

Галузь знань 24 Сфера обслуговування

Перший (бакалаврський) рівень вищої освіти



**Харків – 2021**

УДК 338.48:316.77-048.42](073)

О-64

Друкується за рішенням ради факультету соціальних комунікацій  
і музейно-туристичної діяльності  
(протокол № 1 від 27 серпня 2021 р.)

Рекомендовано кафедрою туристичного бізнесу  
(протокол № 2 від 27 серпня 2021 р.)

#### **Рецензенти:**

*Божко Л. Д.*, доктор культурології, доцент, завідувач кафедри туристичного бізнесу ХДАК

*Дегтяр А. О.*, доктор наук з державного управління, професор, професор кафедри публічного управління та підприємництва ХАІ

#### **Укладач:**

*Ростовцев С. С.*, ст. викладач кафедри туристичного бізнесу

**Організація соціальних комунікацій в туризмі (англ. мовою):** програма та навч.-метод. матеріали навч. дисципліни для студентів 3 курсу спец. 242 «Туризм» галузі знань 24 «Сфера обслуговування» ОПП Туризмознавство факультету соціальних комунікацій і музейно-туристичної діяльності / Харк. держ. акад. культури ; уклад.: С. С. Ростовцев. — Харків : ХДАК, 2021. — 27 с.

Навчальний курс «Організація соціальних комунікацій у туризмі» є обов'язковою навчальною дисципліною, що має забезпечити теоретичну та практичну підготовку фахівців з туризму щодо запровадження соціальних комунікацій на туристичних підприємствах.

УДК 338.48:316.77-048.42](073)

© Харківська державна академія культури, 2021

© Ростовцев С. С., 2021 р.

**Програма навчальної дисципліни**  
**«Організація соціальних комунікацій в туризмі (англ. мовою)»**  
**Опис навчальної дисципліни**

Найменування показників	Галузь знань, напрям підготовки, ступінь	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	заочна форма навчання
Кількість кредитів – 5.0	24 Сфера обслуговування	Вибіркова	
Загальна кількість годин – 150	Спеціальність (освітня програма) 242 «Туризм»	<b>Рік підготовки:</b>	
		3-й	-
		<b>Семестр</b>	
		5-й	7-й
		<b>Лекції</b>	
З них: аудиторних – 50 самостійної роботи здобувача - 100	Освітньо-професійна програма Туризмознавство	20 год.	-
		<b>Практичні, семінарські</b>	
		30 год.	-
		<b>Лабораторні</b>	
	перший (бакалаврський) рівень вищої освіти	-	-
		<b>Самостійна робота</b>	
		100 год.	-
		<b>Індивідуальні завдання: -</b>	
		Вид контролю: екзамен	

Примітка:

Співвідношення кількості годин аудиторних занять до самостійної і індивідуальної роботи становить:

для денної форми навчання — 1/2

для заочної форми навчання — «-»

## 1. Мета і завдання навчальної дисципліни

### **Місце навчальної дисципліни в освітній програмі.**

Дисципліна «Організація соціальних комунікацій в туризмі» функціонує і розвивається у нерозривному зв'язку як із багатьма суспільними науками (філософія, соціологія та ін.), так і з тими, що сфокусовані на питаннях структури підприємств, підприємницької та бізнесової діяльності. Зокрема, розгляд соціальних комунікацій неможливий без базових знань з комунікацій, відповідного економічного контексту, тобто без використання знань економіки підприємств, сучасних інформаційних технологій, професійної етики і ділового спілкування. Однак особливо тісними є взаємозв'язки соціальних комунікацій саме з комунікативними дисциплінами. Першочергово мовиться про соціокультурні аспекти бізнес-комунікацій (теоретичні основи бізнес-комунікацій), етика та естетика (морально-етичні принципи комунікацій), , соціальну психологію (взаємини особистості з іншими людьми, соціальними групами, спільнотами, соціальними інститутами, суспільством загалом), а також інформаційні технології (особливості використання онлайн-технологій), вікову і педагогічну психологію (можливості особистості на різних етапах онтогенезу), економічну психологію (ставлення громадян до економічної дійсності загалом, так і до конкретної економічної ситуації, що є важливим чинником у виборі управлінських засобів впливу на їх економічну поведінку), збагачуючи водночас їх своїми узагальненнями та закономірностями.

Обсяг дисципліни в кредитах ЄКТС становить 5.0 кредити. Його розподіл у годинах за формами організації освітнього процесу та видами навчальних занять: 20 год лекц., 30 год практ., 100 год. сам. роб.

Статус дисципліни: обов'язкова.

**Мета курсу** – забезпечення набуття студентами ключових фахових компетентностей із застосування комунікативних технологій у контексті організації процесу управління туристичним підприємством; застосування комунікативних прийомів для вирішення конкретних управлінських завдань. Її досягнення передбачає ознайомлення студентів із теоретичними

аспектами дисципліни та прийомами практичного використання інструментарію соціальних комунікацій в практичній професійній діяльності майбутнього фахівця з туризму.

**Загальні та фахові компетентності**, які формує дисципліна (відповідно до освітньо-професійної / освітньо-наукової програми).

Загальні компетентності	<p>ЗК04. Здатність до критичного мислення, аналізу і синтезу.</p> <p>ЗК08. Навички використання інформаційних та комунікативних технологій.</p> <p>ЗК14. Здатність працювати в команді та автономно</p>
Фахові компетентності	<p>ФК2. Уміння застосовувати фахові знання на практиці.</p> <p>ФК10. Здатність здійснювати моніторинг, інтерпретувати, аналізувати та систематизувати туристичну інформацію, уміння презентувати туристичний інформаційний матеріал.</p> <p>ФК13. Здатність до співпраці з діловими партнерами і клієнтами, уміння забезпечувати з ними ефективні комунікації.</p> <p>ФК14. Здатність працювати у міжнародному середовищі на основі позитивного ставлення до несхожості до інших культур, поваги до різноманітності та мультикультурності, розуміння місцевих і професійних традицій інших країн, розпізнавання міжкультурних проблем у професійній практиці</p>

**Програмні результати навчання** (відповідно до освітньо-професійної програми).

Програмні результати навчання	<p>ПРН9. Організувати процес обслуговування споживачів туристичних послуг на основі використання сучасних інформаційних, комунікаційних і сервісних технологій та дотримання стандартів якості і норм безпеки;</p> <p>ПРН12. Застосовувати навички продуктивного спілкування зі споживачами туристичних послуг в онлайн-середовищі;</p> <p>ПРН13. Встановлювати зв'язки з експертами туристичної та інших галузей з метою налагодження рекламного партнерства;</p> <p>ПРН14. Проявляти повагу до індивідуального і культурного різноманіття.</p>
-------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

### **Очікувані результати навчання**

Результати вивчення даної освітньої компоненти деталізують такі програмні результати навчання:

- виявляти і пояснювати принципи і методи організації та технології обслуговування туристів;
- володіти принципами і методами організації залучення потенційних клієнтів туристичних підприємств;
- організувати процес обслуговування споживачів туристичних послуг на основі використання сучасних інформаційних, комунікаційних і сервісних технологій та дотримання стандартів якості і норм безпеки;
- застосовувати навички продуктивного спілкування зі споживачами туристичних послуг в онлайн-середовищі;
- встановлювати зв'язки з експертами туристичної та інших галузей з метою налагодження рекламного партнерства;
- приймати обґрунтовані рішення щодо вибору того чи іншого підходу до ведення комунікації;
- демонструвати комунікативні знання та уміння як у стандартних так і у невизначених ситуаціях.

## 2. Тематичний план курсу

Назви розділів і тем	Кількість годин					
	денна форма					
	усьог	у тому числі				
1	о	л	п	с	інд	с.р.
	2	3	4	5	6	7
Тема 1. Сутність, структура і види соціальної комунікації	10	2		2	-	6
Тема 2. Моделі соціальної комунікації	10	2		2	-	6
Тема 3. Канали комунікації в туризмі	10	2		2	-	6
Тема 4. Комунікаційна діяльність і спілкування	10	2		2	-	6
Тема 5. Комунікативні стилі	10	2		2	-	6
Тема 6. Вербальна комунікація.	11	2		2	-	7
Тема 7. Невербальна комунікація	11	2		2	-	7
Тема 8. Бізнес комунікації в туризмі	11	2		2	-	7
Тема 9. Ділові переговори	11	2		2	-	7
Тема 10. Команди на робочому місці у закладах турдіяльності	11	2		2	-	7
Тема 11. Управління людськими ресурсами на туристичних підприємствах	9		2		-	7
Тема 12. Насилля на робочому місці.	9		2		-	7
Тема 13. Різність на робочому місці.	9		2		-	7
Тема 14. Реалізація Public Relations в туризмі	9		2		-	7
Тема 15. PR-технології в туризмі	9		2		-	7

Усього годин	150	20	-	30	-	100
ІНДЗ	-	-	-	-	-	-
<b>Усього годин</b>	<b>150</b>	<b>20</b>	<b>-</b>	<b>30</b>	<b>-</b>	<b>100</b>

## **ЗМІСТ КУРСУ**

### **Тема 1. Сутність, структура і види соціальної комунікації.**

Сутність і загальна характеристика процесу комунікації. Мета, принципи, функції і закони соціальних комунікацій. Різновиди соціальних комунікацій. Елементи комунікаційного процесу.

### **Тема 2. Моделі соціальної комунікації.**

Лінійні моделі комунікацій. Нелінійні моделі комунікації.

### **Тема 3. Канали комунікації в туризмі.**

Комунікаційні канали та їх еволюція. Природні комунікаційні канали. Роди соціальної комунікації відповідно до застосовуваних каналів. Штучні комунікаційні канали. Усна та письмова комунікації. Документальна та електронна комунікації.

### **Тема 4. Комунікаційна діяльність і спілкування.**

Поняття та форми комунікаційної дії. Види комунікаційної діяльності: мікро-, міді-, та макрокомунікації. Спілкування як вид комунікаційної діяльності.

### **Тема 5. Комунікативні стилі.**

Асертивний стиль. Агресивний. Пасивний. Пасивно-агресивний. Покірний. Домінантний.

### **Тема 6. Вербальна комунікація.**

Мова як засіб комунікації. Форми мовної комунікації. Усна і письмова комунікація. Правила успішної комунікації та аргументація.

### **Тема 7. Невербальна комунікація.**

Сутність і особливості невербальної комунікації. Пара- і екстралінгвістичні компоненти невербальної комунікації. Міміка і погляд. Жести. Організація простору і часу. Пози і хода. Контакт очей.

### **Тема 8. Бізнес комунікації в туризмі.**

Особливості бізнес-комунікацій. Характеристика бізнес-комунікацій. Цілі бізнес-комунікацій.

### **Тема 9. Ділові переговори.**

Стратегії і особливості планування переговорів. Стили ведення переговорів. Прийоми ведення переговорів. Фази ведення переговорів. Рекомендації щодо ведення ділових переговорів. Протокольні аспекти ділових переговорів.

**Тема 10. Команди на робочому місці у закладах турдіяльності.**

Група і команда: відмінності. Моделі формування груп. Типологія команд.

**Тема 11. Управління людськими ресурсами на туристичних підприємствах.**

Функції HR-відділків. Інструменти управління людськими ресурсами. Типи мотивації.

**Тема 12. Насилля на робочому місці.**

Визначення насилля. Типи насилля на робочому місці. Агресія на робочому місці. Дискримінація.

**Тема 13. Різність на робочому місці.**

Визначення поняття «різність». Переваги запровадження різності в організації. Управління різністю.

**Тема 14. Реалізація Public Relations в туризмі.**

Визначення і цілі PR. Функції PR. Типи PR. PR-інструменти.

**Тема 15. PR-технології в туризмі.**

Основні PR-технології. Паблісіті. Особливості комерційної пропаганди. Її роль в стимулюванні продажу продуктів туристичного бізнесу. Технології зв'язків з громадськістю для сфери туризму.

### **3. Методичні рекомендації до семінарських занять та самостійної роботи студентів**

#### Теми семінарських занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Невербальна комунікація	2
2	Моделі комунікації	2
3	Канали комунікації в туризмі	2
4	Комунікативна діяльність	2

5	Комунікативні стилі	2
6	Вербальна комунікація	2
7	Команди на робочому місці у закладах турдіяльності	2
8	Насилля на робочому місці	2
9	Різність в туристичних організаціях	2
10	Концепція Public Relations	4
11	Бізнес комунікації в туризмі	2
12	Ділові переговори	2
13	PR-технології в туризмі	4
	Разом	30

**Семінарське заняття 1:** Невербальна комунікація – 2 години.

Питання для обговорення:

1. Теоретичні аспекти спілкування;
2. Складові комунікації;
3. Внутрішньоособистісне / міжособистісне спілкування;
4. Групова динаміка;
5. Громадська / Масова комунікація;
6. Міжкультурне співтовариство.
7. Організаційна комун.

**Семінарське заняття 2:** Моделі комунікації – 2 години.

Питання для обговорення:

1. Модель спілкування Аристотеля
2. Модель комунікації Ласвелла (1948).
3. Модель комунікації Шеннона і Вівера (1949).
4. Шрамм (1955) модель комунікації
5. Модель комунікації Теодора М. Ньюкомба (1953)
6. Wilbur Schramm & Model спілкування Осгуда (1954)
7. Модель комунікації Джорджа Гербнера (1956)
8. Модель спілкування Вестлі та Макліна (1957)
9. Dance's Helix Model (1967).

**Семінарське заняття 3:** Канали комунікації – 2 години.

Питання для обговорення:

1. Письмове спілкування: ділові листи, циркуляри, посібники, звіти, телеграми, службові записки, бюлетені, презентації тощо.

2. Усне спілкування: віч-на-віч; Бесіда; По телефону; радіо; Трансляція; Інтерв'ю; Зустрічі; конференції; семінари; Оголошення; Промови; Групова дискусія, Штучне спілкування

3. Візуальна комунікація: міміка та жести, друківані картинки, плакати, слайди, фільми, фотографії, вивіски

4. Комп'ютерне спілкування: Електронна пошта; Миттєві повідомлення; Текстове повідомлення; Дистанційне навчання; Інтернет-форуми; Дошки оголошень; Інтернет-магазини; Відеоконференція

5. Штучне спілкування: знакові документи, документи-символи, образотворче мистецтво, документна комунікація

6. Канали сприйняття: зоровий, слуховий, кінестетичний.

#### **Семінарське заняття 4:** Комунікативна діяльність – 2 години.

Питання для обговорення:

1. Успадкування когось;
2. Діалог між людьми;
3. Команда;
4. Референс – імітація соціальної групи;
5. Керівництво командою.

#### **Семінарське заняття 5:** Комунікативні стилі – 2 години.

Питання для обговорення:

1. Напористий стиль;
2. Агресивний стиль
3. Покірний стиль;
4. Пасивно-агресивний стиль;
5. Маніпулятивний стиль;
6. Інфлюенсери;
7. Домінантні люди.

#### **Семінарське заняття 6:** Вербальна комунікація» – 2 години.

Питання для обговорення:

- 1 Роль символів у вербальному спілкуванні;
2. М'які навички та жорсткі навички – що важливіше?
3. М'які навички: адаптивність, ставлення, комунікація,

креативне мислення, трудова етика, робота в команді, спілкування, прийняття рішень, позитивність, управління часом, мотивація, гнучкість, вирішення проблем, критичне мислення та вирішення конфліктів тощо. Складіть список найбільш важливі та опишіть їх.

4. Навички вербального спілкування;
5. Навички усного спілкування відповідно до посади – генеральний директор, менеджер, продажі, HR тощо.
6. Техніки для покращення ваших комунікативних навичок.

**Семінарське заняття 7:** Команди на робочому місці – 2 години.

Питання для обговорення:

- 1 Як побудувати команду.
- 2 Група проти команди.
- 3 Моделі груп.
- 4 Типи команд.

**Семінарське заняття 8:** Насилля на робочому місці – 2 години.

Питання для обговорення:

- 1 Види насильства на робочому місці.
- 2 Як поводитися з агресивними людьми.
- 3 Дискримінація на робочому місці.

**Семінарське заняття 9:** Різність в організації» – 2 години.

Питання для обговорення:

- 1 Що таке різноманітність?.
- 2 Переваги різноманітності.
- 3 Управління різноманітністю.

**Семінарське заняття 10:** Концепція зв'язків з громадськістю – 4 години.

Питання для обговорення:

- 1 Види зв'язків з громадськістю.
- 2 Функції PR.
- 3 Інструменти та техніки PR.

**Семінарське заняття 11:** Бізнес комунікації – 2 години.

Питання для обговорення:

1. Особливості бізнес-комунікацій;

2. Характеристика бізнес-комунікацій;
3. Цілі бізнес-комунікацій.

**Семінарське заняття 12:** Ділові переговори – 2 години.

Питання для обговорення:

1. Стратегії і особливості планування переговорів.
2. Стили ведення переговорів.
3. Прийоми ведення переговорів.
4. Фази ведення переговорів.
5. Рекомендації щодо ведення ділових переговорів.
6. Протокольні аспекти ділових переговорів.

**Семінарське заняття 12:** PR-технології – 4 години.

Питання для обговорення:

1. Основні PR-технології.
2. Паблісіті.
3. Особливості комерційної пропаганди. Її роль у стимулюванні продажу продуктів туристичного бізнесу.
4. Технології зв'язку з громадськістю для сфери туризму.

Теми самостійної роботи

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Сутність, структура і види соціальної комунікації	5
2	Моделі соціальної комунікації	5
3	Канали комунікації в туризмі	6
4	Комунікаційна діяльність і спілкування	6
5	Соціальне спілкування в управлінському процесі	6
6	Вербальна комунікація.	6
7	Невербальна комунікація	6
8	Комунікації в організаціях туристичного бізнесу	6
9	Ділова бесіда як форма ділової комунікації	6

10	Ділові переговори як форма ділової комунікації	6
11	Комунікація, як складова частина управління туристичною організацією	6
12	Соціальні комунікації і їх роль у стратегії керування туристичною організацією	6
13	Типологічні моделі соціальних комунікацій	6
14	Сутність та сучасний стан розвитку зв'язків з громадськістю у сфері туристичного бізнесу	6
15	Системний опис PR-технології	6
16	Рекламно-інформаційна діяльність туристичних підприємств	6
17	Спілкування, як соціальний феномен. Психологічна культура ділової розмови на підприємствах туристичної діяльності	6
	Разом	100

**Самостійна робота 1:** Сутність, структура і види соціальної комунікації – 5 годин.

Мета: отримати загальну уяву про поняття соціальної комунікації.

Завдання:

- 1) Вивчити ключові поняття соціальні комунікації;
- 2) Ознайомитися з історією розвитку соціальних комунікацій;
- 3) Розібрати структуру соціальних комунікацій;
- 4) Розглянути види соціальних комунікацій.

**Самостійна робота 2:** Моделі соціальної комунікації – 5 годин.

Мета: ознайомитися з існуючими моделями комунікативного процесу.

Завдання:

- 1) Лінійні моделі комунікацій;
- 2) Нелінійні моделі комунікації.

**Самостійна робота 3:** Канали комунікації – 6 годин.

Мета: дослідити основні канали комунікації.

Завдання:

1. Письмове спілкування;

2. Усне спілкування;
3. Візуальна комунікація;
4. Комп'ютерне спілкування;
5. Штучне спілкування;
6. Канали сприйняття.

**Самостійна робота 4:** Комунікаційна діяльність і спілкування – 6 годин.

Мета: розглянути основні моделі комунікативної діяльності.

Завдання:

1. Наслідування;
2. Діалог між людьми;
3. Референс – імітація соціальної групи;
5. Керівництво командою.

**Самостійна робота 5:** Соціальне спілкування в управлінському процесі – 6 годин.

Мета: ознайомитися з особливостями соціального спілкування в організаціях.

Завдання:

1. Культура спілкування в організаціях;
2. Публічні виступи;
3. Особливості спілкування в різних соціальних ситуаціях.

**Самостійна робота 6:** Вербальна комунікація – 6 годин.

Мета: вивчити особливості вербальної комунікації.

Завдання:

- 1 Роль символів у вербальному спілкуванні;
2. Навички вербального спілкування;
3. Навички усного спілкування відповідно до посади – генеральний директор, менеджер, продажі, HR тощо.
4. Техніки для покращення ваших комунікативних навичок.

**Самостійна робота 7:** Невербальна комунікація – 6 годин.

Мета: вивчити особливості невербальної комунікації.

Завдання:

1. Експресія як вираження внутрішнього світу людини;
2. Вираз погляду;

3. Мова жестів у спілкуванні;
4. Міміка і голос як експресивні компоненти спілкування.

**Самостійна робота 8:** Комунікації в організаціях туристичного бізнесу – 6 годин.

Мета: розглянути особливості комунікативних процесів на турпідприємствах.

Завдання:

1. Спілкування з клієнтами туристичних підприємств;
2. Вирішення міжособистісних конфліктів;
3. Особливості використання мови в туристичній діяльності.

**Самостійна робота 9:** Ділова бесіда як форма ділової комунікації – 6 годин.

Мета: з'ясувати особливості ділової бесіди.

Завдання:

1. Визначення ділової бесіди;
2. Функції ділової бесіди;
3. Основні відмінності від ділової розмови.

**Самостійна робота 10:** Ділові переговори як форма ділової комунікації – 6 годин.

Мета: визначити особливості проведення ділових переговорів.

Завдання:

1. Підготовка до переговорів;
2. Порядок проведення переговорного процесу;
3. Техніка ведення переговорів;
4. Стратегія ведення переговорів;
5. Стили ведення переговорів.

**Самостійна робота 11:** Комунікація, як складова частина управління організацією – 6 годин.

Мета: розглянути роль комунікації в управлінському процесі.

Завдання:

1. Особливості керування на туристичних підприємствах;
2. Уміння ставити задачі;
3. Мова, що використовується у процесі управління.

**Самостійна робота 12:** Соціальні комунікації і їх роль у стратегії керування організацією – 6 годин.

Мета: розглянути роль соціальних комунікацій в управлінському процесі.

Завдання:

1. Визначення соціальних комунікацій в організації;
2. Особливості документообігу на туристичних підприємствах;
3. Рекламні комунікації.

**Самостійна робота 13:** Типологічні моделі соціальних комунікацій – 6 годин.

Мета: визначити основні типологічні моделі соціальних комунікацій.

Завдання:

1. Моделі соціальних комунікацій;
2. Моделі спілкування.

**Самостійна робота 14:** Сутність та сучасний стан розвитку зв'язків з громадськістю у сфері туристичного бізнесу – 6 годин.

Мета: розглянути сутність соціальних комунікацій в туристичній діяльності.

Завдання:

1. Визначення і цілі PR;
2. Функції PR;
3. Типи PR;
4. PR-інструменти.

**Самостійна робота 15:** Системний опис PR-технології – 6 годин.

Мета: розглянути PR-технології з системної точки зору.

Завдання:

1. Основні PR-технології;
2. Паблісіті;
3. Особливості комерційної пропаганди;
4. Її роль в стимулюванні продажу продуктів туристичного бізнесу;
5. Технології зв'язків з громадськістю для сфери туризму.

**Самостійна робота 16:** Рекламно-інформаційна діяльність туристичних підприємств – 6 годин.

Мета: ознайомитися з рекламно-інформаційною діяльністю туристичних підприємств.

Завдання:

1. Особливості реклами в туристичній діяльності;
2. Види реклами;
3. Комунікативні особливості реклами.

**Самостійна робота 17:** Спілкування, як соціальний феномен. Психологічна культура ділової розмови на підприємствах туристичної діяльності – 6 годин.

Мета: розглянути особливості створення сприятливої психологічної культури на туристичних підприємствах.

Завдання:

1. Корпоративна культура;
2. Ділова етика;
3. Взаємостосунки між співробітниками.

#### 4. Форми поточного та підсумкового контролю

Методи навчання

Пояснювально-ілюстративний метод. Метод проблемного викладу. Дослідницький метод. Дискусійні методи.

Форми контролю

№ з/п	Вид контролю	Методи контролю
1.	Поточний	відповіді на семінарських заняттях
2.	Періодичний	реферат
3.	Самостійна робота	відповіді на семінарських заняттях
4.	Підсумковий контроль	Усне опитування

Відвідування лекційних, семінарських та практичних занять для здобувачів освіти є обов'язковим за які нараховуються бали. Дедлайни виконання завдань після кожної теми з дотриманням крайніх термінів. Завдання надані із запізненням без поважних причин оцінюються за меншою кількістю балів. Відпрацювання пропущених завдань є обов'язковим. За об'єктивних причин (хвороба, мобільність, індивідуальний графік, стажування) навчання може відбуватись у системі дистанційного навчання.

Перезарахування результатів вивчення навчальної дисципліни є можливим з урахуванням отриманих програмних результатів навчання, кількості кредитів, аудиторних годин та форм контролю.

#### Розподіл балів, які отримують студенти

Розділ 1										Поточне оцінюван ня
Т 1	Т 2	Т 3	Т 4	Т 5	Т 6	Т 7	Т 8	Т 9	Т10	
6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	

Розділ 2					Поточне оцінювання	Екзамен	Сума
Т11	Т12	Т13	Т14	Т15	5	10-40	100
6	6	6	6	6			

Розподіл балів за формами контролю:

- відвідування заняття (пара) — 0,5 б.; 30 пар — до 15 балів
- відповідь під час семінару — 5 б.; 10 семінарів — до 50 балів
- підготовка та виступ з рефератом — 3 б. не більше 5 рефератів – до 15 балів
- поточне оцінювання — 5 б.; 2 поточних оцінювання — до 10 балів

Можлива кількість балів, набраних до підсумкової форми контролю:

Іспит — від 60 до 90 балів

Шкала оцінювання: національна та ECTS

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену, курсового проекту (роботи), практики	для заліку
90 – 100	<b>A</b>	відмінно	зараховано
82-89	<b>B</b>	добре	
74-81	<b>C</b>		
64-73	<b>D</b>	задовільно	
60-63	<b>E</b>		
35-59	<b>FX</b>	незадовільно з можливістю повторного складання	не зараховано з можливістю повторного складання
0-34	<b>F</b>	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

Навчально-методичне забезпечення

Пакет навчально-методичного забезпечення (ІКНМЗД). Робоча програма курсу, силабус, програма та навчально-методичні матеріали, конспект лекцій, презентації, екзаменаційні білети.

**5. Рекомендовані джерела інформації**

**Основна література:**

1. Везомська І. Г. Соціальні комунікації в готельно-ресторанній справі / Везомська І. Г., Олійник О. М. // Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія. – 2018. – № 1. – С. 66-71.

2. Виходець О. М. Соціальні комунікації персоналу як чинники мотивації / О. М. Виходець // Вісник Харківської державної академії культури : зб. наук. пр. / М-во культури України, Харк. держ. акад. культури ; [редкол.: В. М. Шейко (відп. ред.) та ін.] ; за заг. ред. В. М. Шейка. – Харків, 2012. – Вип. 38. – С. 164-172.

3. Горовий В. Соціальні інформаційні комунікації, їх наповнення і ресурс : монографія / В. Горовий ; Нац. акад. наук України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського. – Київ : НБУВ, 2010. – 356 с.

4. Квіт С. Масові комунікації : підручник / Сергій Квіт; Нац. ун-т "Києво-Могилян. акад.". – Київ : Вид. Дім "Києво-Могилян. акад.", 2008. – 206 с.

5. Косенко Ю. В. Основи теорії мовної комунікації : навч. посібник / Ю. В. Косенко ; М-во освіти і науки, молоді та спорту України, Сум. держ. ун-т. – Суми : Сум. держ. ун-т, 2011. – 281 с.

6. Осовська Г. В. Комунікації в менеджменті : навч. посібник / Г. В. Осовська. – Київ : Кондор, 2003. – 218 с.

7. Партико З. В. Теорія масової інформації та комунікації : навч. посібник / З. В. Партико. – Львів : Афіша, 2008. – 290 с.

8. Почепцов Г. Соціальні комунікації і нові комунікативні технології / Г. Почепцов // Комунікація. – 2010. – № 1. – С. 19-26.

9. Семенюк О. А. Основи теорії мовної комунікації : навч. посібник / О. А. Семенюк, В. Ю. Паращук. – Київ : Вид. центр "Академія", 2010. – 237 с.

10. Холод О. М. Соціальні комунікації : тенденції розвитку : навч. посіб. / О. М. Холод. – Вид. 2-ге, перероб. й доп. – Київ : Білий Тигр, 2018. – 369 с.

11. Холод О. М. Соціальні комунікації: соціо- і психолінгвістичний аналіз : навч. посіб. / Олександр Холод. – Вид. 2-ге, допов. і перероб. – Львів : ПАІС, 2011. – 285 с.

12. Яшенкова О. В. Основи теорії мовної комунікації : навч. посіб. для самост. роботи студента / О. В. Яшенкова. – Київ : Вид. центр "Академія", 2011. – 300 с.

13. Business communication: presentations (комунікації в бізнесі: презентації) : навч. посіб. для студ. екон. спец. вищ. навч. закладів / Н. В. Авраменко, Н. В. Ануфрієва ; М-во освіти і науки

України, Тернопіл. нац. екон. ун-т. – Тернопіль : Екон. думка, 2006. – 127 р.

### Допоміжна:

1. Алексеева І. О. Вступ до теорії міжкультурної комунікації : підручник / І. О. Алексеева. – Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка. – Київ : Київ. ун-т, 2011. – 294 с.

2. Каткова, В. П. Комунікативні якості студентів-менеджерів як складові бізнес-комунікації / В. П. Каткова // Інформаційна освіта та професійно-комунікативні технології XXI століття : матеріали III Міжнар. наук.-практ. конф., Одеса, 9-11 верес. 2010 р. / М-во освіти і науки України, Упр. освіти і науки Одес. обл. держ. адмін., Обл. універс. наук. б-ка ім. М. Грушевського, Центр інформації з питань євроінтеграції України, Одес. нац. політехн. ун-т ; [редкол.: Спрінсян В. Г. та ін. – Одеса, 2010. – С. 162-166.

3. Климанська Л. Д. Зв'язки з громадськістю: технології прагматичної комунікації : навч. посібник / Л. Д. Климанська ; М-во освіти і науки України, Нац. ун-т "Львів. політехніка". – Львів : Вид-во Львів. політехніки, 2014. – 161 с.

4. Коник Д. Стратегічні комунікації : посіб. для держ. службовців / Дмитро Коник. – Київ : Обнова компанії, 2016. – 256 с.

5. Ломачинська І. М. Документально-інформаційні комунікації в системі соціальних комунікацій : навч. посібник / І. М. Ломачинська, Ю. П. Якимюк, Л. В. Ломачинська ; за заг. ред. Ломачинської І. М. ; М-во освіти і науки України. – 3-тє вид., перероб. і допов. – Київ : Центр учб. л-ри, 2014. – 334 с.

6. Орбан-Лембрик Л. Е. Психологія професійної комунікації : навч. посіб. / Л. Е. Орбан-Лембрик. – Чернівці : Книги-XXI, 2010. – 527 с.

7. Палеха Ю. І. Документально-інформаційні комунікації : навч. посібник / Ю. І. Палеха, Н. В. Мурейко, О. Г. Оксіюк. – Київ : Ліра-К, 2014. – 382 с.

8. Руда М. В. Міжнародні бізнес-комунікації в системі інформаційного забезпечення підприємства / М. В. Руда, Н. Ю. Лев // Вісник Національного університету "Львівська політехніка". Серія : Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку : [зб. наук.-приклад. пр.] / М-во освіти і науки України, Нац. ун-т "Львів. політехніка". – Львів,

2013. – № 769. Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. – С. 182-189.

9. Слісаренко І. Ю. Паблік рилейшнз у системі комунікації та управління [Текст] : навч. посібник / І. Ю. Слісаренко ; Міжрегіон. акад. упр. персоналом. – Київ : МАУП, 2001. – 104 с.

10. Соціальні комунікації: результати досліджень - 2014 : кол. монографія / [авт.: Ільганаєва В. та ін. ; наук. ред. О. М. Холод] ; Київ. нац. ун-т культури і мистецтв, Ін-т журналістики і міжнар. відносин. – Київ : КНУКіМ, 2015. – 362 с.

#### Інформаційні ресурси

1. Бібліотека Харківської державної академії культури
2. Харківська державна наукова бібліотека імені В. Г. Короленка
3. <http://zakon3.rada.gov.ua/>
4. <http://pidruchniki.ws/>
5. <http://buklib.net/>

### 6. Основні терміни та поняття

**Aggressive communication** – a style in which individuals express their feelings and opinions and advocate for their needs in a way that violates the rights of others.

**Assertive communication** – a style in which individuals clearly state their opinions and feelings, and firmly advocate for their rights and needs without violating the rights of others.

**Business communication** – the process of sharing information between people within and outside a company.

**Communication channel** – either a physical transmission medium such as a wire, or a logical connection over a multiplexed medium such as a radio channel in telecommunications and computer networking. A channel is used to convey an information signal, for example a digital bit stream, from one or several senders (or transmitters) to one or several receivers. A channel has a certain capacity for transmitting information, often measured by its bandwidth in Hz or its data rate in bits per second.

**Descrimination** – the unjust or prejudicial treatment of different categories of people, especially on the grounds of race, age, sex, or

disability.

**Diversity** – the practice or quality of including or involving people from a range of different social and ethnic backgrounds and of different genders, sexual orientations, etc.

**Group** – a number of people or things that are located, gathered, or classed together.

**Human resource management (HRM)** – is the practice of recruiting, hiring, deploying and managing an organization's employees.

**Macro communication** studies interactions at the broadest level, such as interactions between nations or comparisons across nations.

**Meso communication** – studies the experiences of groups and the interactions between groups.

**Micro communication** refers to the type of communication where an individual conveys the message to a small or limited number of people, e.g. a teacher talking to his classroom students.

**Negotiation** – a strategic discussion that resolves an issue in a way that both parties find acceptable.

**Nonverbal communication** – the transfer of information through the use of body language including eye contact, facial expressions, gestures and more.

**Passive-aggressive communication** – a style in which individuals appear passive on the surface but are really acting out anger in a subtle, indirect, or behind-the-scenes way.

**Passive communication** – a style in which individuals have developed a pattern of avoiding expressing their opinions or feelings, protecting their rights, and identifying and meeting their needs.

**Public relations** – a strategic communication process that builds mutually beneficial relationships between organizations and their publics.

**Social communication** is about being able to communicate functionally and appropriately within social situations by using non-verbal means (e.g. gesture, signing or pointing) and/or verbal means (e.g. vocalising or speaking). It encompasses being able to make requests and greet people, as well as adapting communication according to who you are talking to. At a higher level it includes conversational skills such as staying on topic and taking turns. It also includes supporting your conversation with non verbal skills, such as facial expression and gesture.

**Team** – number of people who work collaboratively with other people in order to achieve a goal

**Verbal communication** – the use of words to convey a message. Some forms of verbal communication are written and oral communication.

**Violence** – the use of physical force so as to injure, abuse, damage, or destroy

## 7. Питання до іспиту

1. Що таке соціальна комунікація і які її основні структурні елементи?

2. Охарактеризуйте декілька моделей комунікації (Арістотель, Ласуел, Шенон й Уївер та інші).

3. Наведіть приклади письмової комунікації в організації та дайте їх коротку характеристику.

4. Наведіть приклади усної комунікації в організації та дайте їх коротку характеристику.

5. Наведіть приклади візуальної комунікації в організації та дайте їх коротку характеристику.

6. Охарактеризуйте мікро-комунікацію – які види комунікацій до неї відносяться, надайте коротку характеристику.

7. Охарактеризуйте міді-комунікацію – які види комунікацій до неї відносяться, надайте коротку характеристику.

8. Охарактеризуйте макро-комунікацію – які види комунікацій до неї відносяться, надайте коротку характеристику.

9. Назвіть основні комунікативні стилі і дайте їх коротку характеристику.

10. Опишіть основні характеристики пасивно-агресивної людини.

11. Опишіть основні характеристики маніпулятивної людини.

12. Обґрунтуйте роль символів у вербальній комунікації.

13. Що таке Soft Skills? Визначення, приклади, відмінність від Hard Skills.

14. Перелічте основні навички вербальної комунікації.

15. Перелічте основні типи невербальної комунікації і надайте приклади.

16. Зазначте основні напрямки бізнес-комунікації.

17. Надайте рекомендація щодо проведення переговорів.
18. Наведіть основні відмінності між поняттями «Група» і «Команда».
19. Зазначте основні етапи побудови команди.
20. Наведіть і опишіть основні керівні посади (CEO, COO, CFO та інші).
21. Що таке «Управління людськими ресурсами»?
22. Методи управління людськими ресурсами.
23. Назвіть основні типи мотивації робітників.
24. Насилля та агресія на робочому місці – як боротися?
25. Надайте характеристику дискримінації на робочому місці і методи подолання.
26. Що таке «Різність на робочому місці»? Які переваги? Як реалізувати?
27. Що таке Public Relations?
28. Перелічте основні функції PR.
29. Перелічте основні технології PR і охарактеризуйте їх.

**НАВЧАЛЬНЕ ВИДАННЯ**

**ОРГАНІЗАЦІЯ СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ В ТУРИЗМІ  
(АНГЛ. МОВОЮ)**

**Програма та навчально-методичні матеріали до курсу**

Освітньо-професійна програма Туризмознавство  
Спеціальність 242 «Туризм»  
Галузь знань 24 «Сфера обслуговування»  
Перший (бакалаврський) рівень вищої освіти

Укладач:

***Ростовцев Сергій Сергійович,***  
к. н. з соц.комунікацій, старший викладач кафедри  
туристичного бізнесу ХДАК

Комп'ютерний набір Ростовцев С. С.

План 2021

Підписано до друку 27.08.2021. Формат  
Гарнітура «Times». Папір для мн. ап.  
Ум. друк. арк. 1,0. Обл.-вид. 1,0.  
Тираж 100 Зам. №

---

Адреса редакції видавця  
ХДАК, 61057, м. Харків, Бурсацький узвіз, 4

Надруковано в типографії Aladdin-Print