

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ І
ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ

Кафедра готельно-ресторанної справи та туризму

“ЗАТВЕРДЖУЮ”

Директор ННІ неперервної
освіти і туризму

д.ю.н., проф. Іван ГРИЦЕНКО

2024 р.



СХВАЛЕНО

на засіданні кафедри

готельно-ресторанної справи та туризму

Протокол № 21 від “5” червня 2024р.

Завідувач кафедри д.с.н., проф.

Світлана МЕЛЬНИЧЕНКО

«РОЗГЛЯНУТО»

Гарант ОП «Туризм»

к.е.н., доц. Ірина КУДІНОВА

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

КОМУНІКАТИВНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ

Галузь знань: 24 «Сфера обслуговування»

Спеціальність 242 «Туризм і рекреація»

Освітня програма «Туризм»

Начально-науковий інститут неперервної освіти і туризму

Розробники: доцент кафедри готельно-ресторанної справи та туризму,

к.е.н., доцент Олена МОСКВІЧОВА

Київ – 2024 р.

Опис навчальної дисципліни

КОМУНІКАТИВНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ

(назва)

Галузь знань, спеціальність, освітня програма, освітній ступінь		
Освітній ступінь	бакалавр	
Спеціальність	242 «Туризм і рекреація»	
Освітня програма	«Туризм»	
Характеристика навчальної дисципліни		
Вид	Вибіркова	
Загальна кількість годин	150	
Кількість кредитів ECTS	5	
Кількість змістових модулів	2	
Курсовий проект (робота) (за наявності)	-	
Форма контролю	Екзамен	
Показники навчальної дисципліни для денної та заочної форм навчання		
	денна форма навчання	заочна форма навчання
Рік підготовки (курс)	III курс	
Семестр	5	
Лекційні заняття	30 год.	
Практичні, семінарські заняття	30 год.	
Лабораторні заняття	-	
Самостійна робота	90 год.	
Індивідуальні завдання	-	
Кількість тижневих аудиторних годин для денної форми навчання	2 год. 2 год.	

1. Мета, завдання та компетентності навчальної дисципліни

Метою викладання навчальної дисципліни «Комунікативний менеджмент» є формування у студентів цілісного уявлення щодо сутності комунікативного менеджменту як універсальної діяльності з вивчення, проектування, формування та розвитку комунікаційних систем (організації, проекту, бренда, особистості), концепції управління змінами за допомогою комунікаційних моделей, інструментів, технологій, методологій та методики проведення досліджень в сфері управління комунікаціями.

Основні **завдання** навчальної дисципліни «Комунікативний менеджмент» є освоєння та закріплення фундаментальних знань і практичних навичок ефективної комунікації в трудовому процесі туристичного підприємства.

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен **набути компетентностей:**

Загальні компетентності (ЗК):

K01. Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні.

K02. Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя.

K03. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.

K04. Здатність до критичного мислення, аналізу і синтезу.

K06. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.

K08. Навички використання інформаційних та комунікативних технологій.

K12. Навички міжособистісної взаємодії.

K13. Здатність планувати час та управляти часом.

K14. Здатність працювати в команді та автономно.

Спеціальні (фахові, предметні) компетентності (СК):

K22. Розуміння принципів, процесів і технологій організації роботи суб'єкта туристичної індустрії та її підсистем.

K24. Здатність здійснювати моніторинг, інтерпретувати, аналізувати та систематизувати туристичну інформацію, уміння презентувати туристичний інформаційний матеріал.

K27. Здатність до співпраці з діловими партнерами і клієнтами, уміння забезпечувати з ними ефективні комунікації.

K28. 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.

Програмні результати навчання (ПРН):

ПР13. Встановлювати зв'язки з експертами туристичної та інших галузей.

ПР17. Управляти своїм навчанням з метою самореалізації в професійній туристичній сфері.

ПР18. Адекватно оцінювати свої знання і застосовувати їх в різних професійних ситуаціях.

ПР19. Аргументовано відстоювати свої погляди у розв'язанні професійних завдань.

ПР20. Виявляти проблемні ситуації і пропонувати шляхи їх розв'язання.

ПР21. Приймати обґрунтовані рішення та нести відповідальність за результати своєї професійної діяльності.

2. Програма та структура навчальної дисципліни для:

- повного терміну денної (заочної) форми навчання;
- скороченого терміну денної (заочної) форми навчання.

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин													
	денна форма							Заочна форма						
	тижні	усього	у тому числі					усього	у тому числі					
			л	п	лаб	інд	с.р.		л	п	лаб	інд	с.р.	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	
Змістовний модуль 1.														
Теоретичні основи комунікативного менеджменту														
Тема 1. Поняття комунікативного менеджменту	1	10	2	2			6							
Тема 2. Гнучкість у побудові комунікацій	2	10	2	2			6							
Тема 3. Процеси та види комунікацій	3	10	2	2			6							
Тема 4. Комунікативні стратегії	4	10	2	2			6							
Тема 5. Інформаційне суспільство. Комунікації та ЗМІ	5	11	2	2			7							
Тема 6. Комунікативний менеджмент та бізнес- комунікації	6	11	2	2			7							
Тема 7. Ефективність комунікативного менеджменту	7	11	2	2			7							
Разом за модулем 1		73	14	14			45							
Змістовний модуль 2.														
Технології комунікативного менеджменту														
Тема 8. Вербальна та невербальна комунікація	8	9	2	2			5							
Тема 9. Індивідуальні особливості міжособистісног о спілкування	9	9	2	2			5							

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
Тема 10. Основи ораторського мистецтва	10	9	2	2			5						
Тема 11. Конфлікт у комунікації. Результативний конфлікт	11	10	2	2			6						
Тема 12. Комунікативна культура	12	10	2	2			6						
Тема 13. Принципи ділового спілкування	13	10	2	2			6						
Тема 14. Письмові комунікації. Ділові листи	14	10	2	2			6						
Тема 15. Ділові зустрічі та переговори	15	10	2	2			6						
Разом за модулем 2		77	16	16			45						
Разом за курс	150		30	30			90						

3. Теми практичних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
Змістовний модуль 1.		
Теоретичні основи комунікативного менеджменту		
1	Тема 1. Поняття комунікативного менеджменту	2
2	Тема 2. Гнучкість у побудові комунікацій	2
3	Тема 3. Процеси та види комунікацій	2
4	Тема 4. Комунікативні стратегії	2
5	Тема 5. Інформаційне суспільство. Комунікації та ЗМІ	2
6	Тема 6. Комунікативний менеджмент та бізнес-комунікації	2
7	Тема 7. Ефективність комунікативного менеджменту	2
Змістовний модуль 2.		
Технології комунікативного менеджменту		
8	Тема 8. Вербальна та невербальна комунікація	2
9	Тема 9. Індивідуальні особливості міжособистісного спілкування	2
10	Тема 10. Основи ораторського мистецтва	2
11	Тема 11. Конфлікт у комунікації. Результативний конфлікт	2
12	Тема 12. Комунікативна культура	2
13	Тема 13. Принципи ділового спілкування	2
14	Тема 14. Письмові комунікації. Ділові листи	2
15	Тема 15. Ділові зустрічі та переговори	2
Разом		30

4. Теми самостійної роботи

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
Змістовний модуль 1.		
Теоретичні основи комунікативного менеджменту		
1	Тема 1. Поняття комунікативного менеджменту	6
2	Тема 2. Гнучкість у побудові комунікацій	6
3	Тема 3. Процеси та види комунікацій	6
4	Тема 4. Комунікативні стратегії	6
5	Тема 5. Інформаційне суспільство. Комунікації та ЗМІ	7
6	Тема 6. Комунікативний менеджмент та бізнес-комунікації	7
7	Тема 7. Ефективність комунікативного менеджменту	7
Змістовний модуль 2.		
Технології комунікативного менеджменту		
8	Тема 8. Вербальна та невербальна комунікація	5
9	Тема 9. Індивідуальні особливості міжособистісного спілкування	5
10	Тема 10. Основи ораторського мистецтва	5
11	Тема 11. Конфлікт у комунікації. Результативний конфлікт	6
12	Тема 12. Комунікативна культура	6
13	Тема 13. Принципи ділового спілкування	6
14	Тема 14. Письмові комунікації. Ділові листи	6
15	Тема 15. Ділові зустрічі та переговори	6
Разом		90

5. Контрольні питання, комплекти тестів для визначення рівня засвоєння знань студентами

5.1. Контрольні питання

1. Комунікологія та комунікативістика, історичні основи комунікології.
2. Основні категорії і поняття комунікології.
3. Передумови та фактори комунікативного процесу.
4. Моделі комунікативного процесу.
5. Природа спілкування, форми, типи, види і рівні спілкування.
6. Неформальне, рольове та ділове спілкування.
7. Загальні принципи спілкування.
8. Професійне та ділове спілкування в туризмі, його роль і функції.
9. Фактори ефективного ділового та професійного спілкування.
10. Комунікаційні бар'єри та їх види.
11. Етичні принципи спілкування.
12. Зміст і завдання комунікативного менеджменту у сфері туризму.
13. Комунікативний вплив. Способи комунікативного впливу.
14. Комунікативна компетентність менеджера туристичної організації.
15. Особливості комунікації працівників сфери туризму.
16. Структура комунікативної компетентності менеджера.
17. Тренінг комунікативної компетентності менеджера туристичного підприємства.
18. Соціальна перцепція як передумова успішної комунікативної взаємодії.
19. Проблематика процесів сприйняття і розуміння партнера по спілкуванню.
20. Зміст та основні поняття психодіагностики. Методи психодіагностики.

21. Візуальна психодіагностика партнера по спілкуванню. Завдання візуальної психодіагностики та основні джерела отримання візуальної інформації про властивості психіки людини.
22. Оцінка особистісного іміджу людини.
23. Перше враження про людину. Оцінка факторів, що впливають на перше враження.
24. Оцінка психологічних особливостей конституції людини.
25. Психологічна оцінка рис обличчя, очей, мови погляду, рухів, сміху, голосу, мовлення людини.
26. Психологічний аналіз клієнтів туристичних підприємств.
27. Психотипи туристів. Основні наукові підходи до психологічної типології туристів.
Мотиваційні аспекти поведінки туристів.
28. Психологічна оцінка поведінки споживачів туристичних послуг та ділових партнерів в процесі спілкування.
29. Аналіз невербальної поведінки. Оцінка емоційного стану партнера по спілкуванню.
Діагностика нещирої поведінки партнера по спілкуванню.
30. Природа і зміст вербального (лінгвістичного) спілкування.
31. Промова як основна форма комунікативної активності менеджера туризму.
32. Поняття дискурсу та його форми. Види професійного дискурсу працівників туристичних організацій.
33. Методика і організація монологічного та діалогічного мовлення.
34. Публічний виступ. Ораторське мистецтво та риторичний менеджмент.
35. Структура розмови. Теорія і практика аргументації, доказу та переконання.
36. Техніка «малої розмови».
37. Техніка привітання.
38. Презентація менеджером туристичного продукту.
39. Методика і практика проведення презентації в процесі туристичного обслуговування. Комунікативна практика особистого продажу.
40. Ділові переговори і наради. Методика і практика ведення ділових переговорів та
нарад. Методика і практика ведення дебатів, полеміки, телефонних розмов, проведення інтерв'ю.
41. Техніки мовлення.
42. Правила ефективного слухання. Проблеми у професійному спілкуванні менеджерів
сфери туризму.
43. Роль і місце туризму в міжкультурній комунікативній взаємодії.
44. Поняття, проблеми та особливості міжкультурного спілкування. Поняття
культури
в міжкультурній комунікації.
45. Міжкультурна компетентність менеджера туристичної організації, її складові.
46. Особливості національних стилів ділового спілкування в країнах Європи та
Англо-Амери́ки.
47. Особливості національних стилів ділового спілкування в країнах Азії.
48. Мова жестів в різних культурах та країнах.

5.2. Тестові завдання

1. *Процес двостороннього обміну ідеями й інформацією, що веде до взаємного розуміння – це:*

- а) функція менеджменту;
- б) комунікація;
- в) аналітичність;
- г) оперативність;
- д) комунікабельність.

2. *Основна роль комунікацій:*

- а) досягнення мети організації;
- б) звернення;
- в) досягти бажаного результату;
- г) досягти бажаної поведінки як окремих осіб, так і колективу.

3. *Види комунікацій (4 відповіді):*

- а) вхідна;
- б) вихідна;
- в) інформативна і експресивна;
- г) офіційна;
- д) неофіційна;
- е) переконуюча;
- є) повідомлення;
- ж) розмова;
- з) звернення;
- и) розуміння;
- і) соціально-ритуальна;
- ї) психологічна;
- й) несловесна;
- к) абстрактна.

4. *Поза, міміка, жести – це вид комунікацій:*

- а) пізнавальний;
- б) експресивний;
- в) переконуючий;
- г) невербальний;
- д) офіційний;
- е) неофіційний.

5. *Вплив на інших з метою зміни їх ставлення до чогось – який це вклад комунікацій:*

- а) переконуючий;
- б) офіційний;
- в) неофіційний;
- г) перекладний;
- д) пізнавальний.

6. *Які існують форми комунікацій (2 відповіді)*

- а) усна;
- б) письмова;
- в) візуальна;
- г) горизонтальна;
- д) вертикальна;
- е) пізнавальна;
- є) офіційна;
- ж) неофіційна;
- з) переконуюча;
- и) психологічна;
- і) політична.

7. *Процес комунікацій – це:*

- а) одностороннє передавання інформації;
- б) передавання інформації із силою проявів почуттів, переживань;
- в) обмін інформацією між двома або більшою кількістю людей;
- г) висловлювання захоплення;
- д) інформація, яка безпосередньо передається в організацію.

8. *Які існують основні елементи процесу комунікацій (4 відповіді)?*

- а) відправник і кодування;
- б) вплив і влада;
- в) початковий;
- г) кінцевий;
- д) повідомлення і канали передачі;
- е) декодування і приймач;
- є) радіозв'язок;
- ж) телебачення;
- з) інформування;
- и) відгук і радіозв'язок;
- і) відгук, зворотний зв'язок;
- ї) інформація;
- й) факти.

9. *Декодування – це:*

- а) засіб передачі інформації;
- б) перетворення ідей у символ;
- в) сукупність символів;
- г) перетворення символів у інформацію;
- д) засіб передачі інформації безпосередньо від керівника до підлеглого;
- е) правильної відповіді немає.

10. *В організаціях і підприємствах розрізняють два шляхи поширення формальної інформації, а саме (2 відповіді):*

- а) офіційний;
- б) неофіційний;
- в) обов'язковий;
- г) необов'язковий;
- д) горизонтальний;
- е) вертикальний.

11.Процес двостороннього обміну ідеями й інформацією, що веде до взаємного розуміння - це:

- 1) повідомлення;
- 2) комунікація;
- 3) бесіда;
- 4) розмова.

12. У науці зміст поняття “комунікація” тлумачать як:

- 1) взаємодію;
- 2) передачу соціальної інформації;
- 3) спілкування;
- 4) обмін інформацією;
- 5) усе зазначене.

13.Бар'єри, що виникають внаслідок різниці навичок та вмінь вести спілкування в межах заданої форми:

- 1) психомоторні;
- 2) психосоціальні;
- 3) сенсорно-мовні;
- 4) семантичні.

14. Комунікація як процес передбачає наявність:

- 1) двох учасників;
- 2) трьох учасників;
- 3) чотирьох учасників;
- 4) усього зазначеного.

15. Учасниками комунікаційного процесу є:

- 1) передавач;
- 2) канал;
- 3) повідомлення;
- 4) символи.

16.Прес-секретар - це:

- 1) фахівець з ведення переговорів;
- 2) фахівець з налагодження комунікацій у кризових ситуаціях;
- 3) спеціаліст з публічних виступів, написання промов;
- 4) спеціаліст, що пропонує інформацію залежно від запитів ЗМІ.

17. Об'єктом комунікації матеріального характеру є:

- 1) поштовий лист;
- 2) подарунок;
- 3) жест;
- 4) мова.

18. Позиція, яка ґрунтується на ставленні до проблеми, а не на ставленні до опонента:

- 1) принциповість за формою;
- 2) цілеспрямована взаємодія суб'єктів;
- 3) формальна принциповість;
- 4) принциповість по суті.

19. Настанова свідомості – це:

- 1) ставлення однієї людини до іншої;
- 2) ставлення людини до оточення, яке ґрунтується на всьому її життєвому досвіді;
- 3) труднощі міжособових відносин;
- 4) усе зазначене.

20. Повідомлення погано сформульоване і викладене – це одна з помилок, що виникає в комунікації та відноситься до групи помилок:

- 1) відправлення повідомлення;
- 2) особисті настанови;
- 3) одержання повідомлення;
- 4) колективна дія.

21. Складова процесу комунікації, що регулює взаємодію партнерів у спілкуванні:

- 1) комунікативна;
- 2) інтерактивна;
- 3) перцептивна.

22. Комунікаційний канал – це:

- 1) спеціальний вид комунікаційної діяльності;
- 2) засіб цілеспрямованого передавання інформації;
- 3) матеріальний носій інформації;
- 4) джерело, що містить первинну інформацію.

23. Змістові офіційні повідомлення можуть передаватися таким комунікаційним каналом:

- 1) вербальним;
- 2) неформальним;
- 3) невербальним;
- 4) загальним.

24. Вербальний канал комунікації ґрунтується:

- 1) на засобах комунікації;

- 2) рівні підсвідомості;
- 3) мовних здібностях людини;
- 4) усьому зазначеному.

25. *Вербальний канал комунікації реалізується через:*

- 1) міміку;
- 2) передавання мовних повідомлень;
- 3) рухи;
- 4) сміх, посмішку, плач.

26. *Невербальний канал комунікації ґрунтується на використанні:*

- 1) міміки;
- 2) повідомлень у письмовій формі;
- 3) повідомлень в усній формі;
- 4) усього зазначеного.

27. *Для передавання мовних повідомлень людина має володіти:*

- 1) природною мовою;
- 2) іноземною мовою;
- 3) штучною мовою;
- 4) мовною здібністю.

28. *Тип особистості, яка має постійно підвищений настрій (“дуже жвава” людина):*

- 1) циклоїдний;
- 2) гіпертимний;
- 3) педантичний;
- 4) екзальтований.

29. *Залежно від напрямку руху інформації комунікації бувають:*

- 1) вертикальні; горизонтальні;
- 2) формальні; неформальні;
- 3) усні; письмові;
- 4) офіційні; неофіційні.

30. *Одиницею виміру кількості інформації є:*

- 1) слово;
- 2) буква;
- 3) двоїчна одиниця;
- 4) електричний сигнал.

31. *Комунікаційний менеджмент – це:*

- 1) концепція організації інформаційної діяльності в організації;
- 2) вид управлінської діяльності;
- 3) система внутрішніх комунікацій організації у сфері управління інформацією;
- 4) система аналізу та управління інформаційними потоками і ресурсами організації.

32. *Припущення мовних помилок, що виникають внаслідок неправильного вибору слів, слабкої*

аргументації – це бар'єр:

- 1) першого враження;
- 2) неправильної настанови;
- 3) мови;
- 4) негативних емоцій.

33. *Бар'єри, що виникають внаслідок різних знань про предмет спілкування та його психологічних оцінок – це:*

- 1) психомоторні;
- 2) когнітивно-психологічні;
- 3) сенсорно-мовні.

34. *Формальні комунікації поділяють на такі види:*

- 1) зіркоподібні; діагональні;
- 2) вертикальні; горизонтальні;
- 3) внутрішні; зовнішні.

35. *Основна роль комунікацій:*

- а) досягнення мети організації;
- б) звернення;
- в) досягти бажаного результату;
- г) досягти бажаної поведінки як окремих осіб, так і колективу.

36. *Види комунікацій:*

- 1) вхідна; вихідна;
- 2) інформативна і експресивна; соціально-ритуальна; несловесна;
- 3) офіційна; неофіційна;
- 4) переконуюча;
- 5) повідомлення; розмова; звернення; розуміння;
- 6) психологічна; абстрактна.

37. *Як називаються комунікаційні перешкоди, зумовлені багатозначністю слів:*

- а) перешкоди під час сприйняття;
- б) невербальні перешкоди;
- в) поганий зворотній зв'язок;
- г) семантичні перешкоди.

38. *Зазначте види інформаційної діяльності згідно з функціями інформаційних процесів:*

- 1) інформаційне обслуговування;
- 2) інформаційне забезпечення;
- 3) інформаційне повідомлення;
- 4) інформаційне консультування;
- 5) усі зазначені.

39. Один із найпростіших і найдешевших способів виходу на ЗМІ:

- 1) прес-реліз;
- 2) резюме;
- 3) рекомендаційний лист;
- 4) реклаमाційний лист.

40. Зазначте, в яких напрямках передається інформація неформальними каналами:

- 1) тільки вертикально;
- 2) тільки горизонтально;
- 3) тільки вгору-вниз;
- 4) у всіх напрямках.

41. Суб'єктом соціальної комунікації є:

- 1) інформація;
- 2) документ;
- 3) особистість;
- 4) усе зазначене.

42. Вид комунікацій, призначений для обміну думками в публічній формі (на зборах, засіданнях, конференціях) для з'ясування відносин учасників обговорення до загальних тез виступу:

- 1) дебати;
- 2) торги;
- 3) диспут;
- 4) спір;
- 5) ділова розмова.

43. Вид комунікацій, який передбачає управлінське спілкування людей на основі доказів та аргументів з метою пошуку істини шляхом всебічного співставлення різних думок:

- 1) ділова розмова;
- 2) дискусія;
- 3) співбесіда;
- 4) диспут.

44. Вплив на інших з метою зміни їх ставлення до чогось – який це вклад комунікацій:

- 1) переконуючий;
- 2) офіційний;
- 3) неофіційний;
- 4) перекладний;
- 5) пізнавальний.

45. Які існують форми комунікацій:

- 1) усна; письмова;
- 2) візуальна; абсурдна;

- 3) горизонтальна; вертикальна;
- 4) пізнавальна; переконуюча;
- 5) офіційна; неофіційна;
- 6) психологічна; політична.

46. *Процес комунікацій – це:*

- 1) одностороннє передавання інформації;
- 2) передавання інформації із силою проявів почуттів, переживань;
- 3) обмін інформацією між двома або більшою кількістю людей;
- 4) висловлювання захоплення;
- 5) інформація, яка безпосередньо передається в організацію.

47. *Декодування – це:*

- а) засіб передачі інформації;
- б) перетворення ідей у символ;
- в) сукупність символів;
- г) перетворення символів у інформацію;
- д) засіб передачі інформації безпосередньо від керівника до підлеглого;
- е) правильної відповіді немає.

48. *Які є два основні канали інформаційного забезпечення керівників:*

- а) офіційний і неофіційний;
- б) письмовий та усний;
- в) формалізований і стихійний;
- г) письмовий та електронний.

49. *Форма ситуаційного контакту:*

- а) повідомлення;
- б) відгук;
- в) розмова;
- г) всі відповіді вірні.

50. *У процесі обміну інформацією виділяють такі елементи:*

- а) відправник, кодування, повідомлення, канали передачі, декодування, одержувач, відгук, зворотній зв'язок;
- б) ділова розмова, бесіда, обговорення, спір, дискусія, полеміка, дебати, торги, переговори;
- в) лінійні, кільцеві, багатозв'язні, зіркові, ієрархічні;
- г) вербальні, невербальні, офіційні, неофіційні, горизонтальні, вертикальні

6. Методи навчання.

Методи організації та здійснення навчально-пізнавальної діяльності студентів, які використовуються при вивченні дисципліни:

- 1) словесний (лекція, дискусія, співбесіда);
- 2) практичний метод (практичні заняття);
- 3) наочний (ілюстрація, демонстрація);
- 4) робота з навчально-методичною літературою (конспектування, тезування, анотування, рецензування, складання реферату, написання тез, статей);
- 5) відеометод (дистанційні, мультимедійні, веб-орієнтовані тощо);
- 6) самостійна робота (виконання завдань, «есе», навчальні тести);
- 7) індивідуальна науково-дослідна робота здобувачів вищої освіти.

7. Методи оцінювання.

- екзамен;
- усне та письмове опитування;
- модульне тестування;
- командні проєкти;
- есе;
- захист практичних робіт;
- презентації та виступи на наукових заходах;
- інші види.

8. Розподіл балів, які отримують здобувачі вищої освіти.

Оцінювання знань здобувача вищої освіти відбувається за 100-бальною шкалою і переводиться в національні оцінки згідно з табл. 1 чинного «Положення про екзамени та заліки у НУБіП України»

Шкала оцінювання знань студентів

Рейтинг студента, бали	Оцінка національна за результати складання екзаменів заліків	
	екзаменів	заліків
90-100	відмінно	зараховано
74-89	добре	
60-73	задовільно	
0-59	незадовільно	не зараховано

9. Методичне забезпечення:

1. Електронний навчальний курс дисципліни (на навчальному порталі НУБіП України eLearn - <https://elearn.nubip.edu.ua/course/view.php?id=5205>).
2. Конспекти лекцій та їх презентації (в електронному вигляді).
3. Програма виробничої (переддипломної) практики.

4. Методичні рекомендації до виконання випускної кваліфікаційної роботи.
5. Методичні рекомендації до практичних занять з дисципліни «Комунікативний менеджмент» для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти, галузі знань 24 «Сфера обслуговування» / Москвічова О.С. Київ: НУБіП, 2022. 61с.
6. Методичні рекомендації до самостійної роботи студентів з дисципліни «Комунікативний менеджмент» для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти, галузі знань 24 «Сфера обслуговування», / Москвічова О.С. Київ: НУБіП, 2022. 44 с.

10. Рекомендована література:

– основна:

1. А. Комунікативний менеджмент : навч.-метод. Посібник. Харків, 2013. 53 с.
2. Воронкова В.Г., Беліченко А.Г., Мельник В.В. Етика ділового спілкування. Навчальний посібник для ВНЗ (рекомендовано МОН України) : Навчальний посібник, 2017. 312 с.
3. Жигайло Н. І. Комунікативний менеджмент: Навчальний посібник. Львів: Львівський національний університет імені Івана Франка, 2012. 368 с.
4. Жук О. М., Тиха Л. Ю. Професійні комунікації: Навчальний посібник «Ділове спілкування». Луцьк : Луцький НТУ, 2016. 112 с.

– допоміжна:

1. Бебик В.М. Інформаційно-комунікаційний менеджмент у глобальному суспільстві: психологія, технології, техніка паблік рилейшнз: монографія. К.: МАУП, 2015. 438 с.
2. Лукашевич М.П., Шандор Ф.Ф. Соціологія масової комунікації: підручник, 2-ге вид., переробл. і доповн. К.: Знання, 2015. 367с.
3. Химиця Н.О., Морущко О.О. Ділова комунікація: навч. посіб. Львів: ЛПІ, 2016. 208 с.
4. Холод О.М. Комунікаційні технології. Підручник.К.: «Центр учбової літератури». 2013. 211 с.

Інтернет-ресурси:

1. Вербальна комунікація : вікіпедія. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/Вербальна_комунікація
2. Вербальна та невербальна комунікація: навч. матеріали он-лайн : менеджмент. URL:http://pidruchniki.com/85119/menedzhment/verbalna_neverbalna_komunikatsiya
3. Види комунікацій в організації : теорія організації та організаційна поведінка : менеджмент. URL:http://stud.com.ua/39779/menedzhment/vidi_komunikatsiy_organizatsiyi