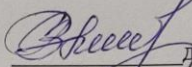


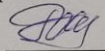
**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ
І ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ**

Кафедра готельно-ресторанної справи та туризму

**«ЗАТВЕРДЖУЮ»**
В. о. директора ННІ неперервної освіти і туризму
д.ю.н., проф. Гриценко І.С.
« 26 » вересня 2022 р.

«СХВАЛЕНО»
на засіданні кафедри готельно-ресторанної
справи та туризму
Протокол № 1 від « 26 » вересня 2022 р.
Завідувач кафедри


д.е.н., професор, Левицька І.В.

«РОЗГЛЯНУТО»
Гарант ОП «Готельно-ресторанний бізнес»

к.е.н., доцент Гопкало Л.М.

**РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
КОМУНІКАТИВНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ**

Спеціальність 241 «Готельно-ресторанна справа»
Освітня програма «Готельно-ресторанний бізнес»
ННІ неперервної освіти і туризму
Розробник: доцент, к.е.н., доцент Москвічова О.С.

Київ – 2022 р.

Опис навчальної дисципліни

КОМУНІКАТИВНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ

(назва)

Галузь знань, спеціальність, освітня програма, освітній ступінь		
Освітній ступінь	<i>бакалавр</i>	
Спеціальність	<i>241 «Готельно-ресторанна справа»</i>	
Освітня програма	<i>«Готельно-ресторанний бізнес»</i>	
Характеристика навчальної дисципліни		
Вид	<i>Вибіркова</i>	
Загальна кількість годин	<i>150</i>	
Кількість кредитів ECTS	<i>5</i>	
Кількість змістових модулів	<i>2</i>	
Курсовий проект (робота) (за наявності)	<i>-</i>	
Форма контролю	<i>Екзамен</i>	
Показники навчальної дисципліни для денної та заочної форм навчання		
	денна форма навчання	заочна форма навчання
Рік підготовки (курс)	<i>IV курс</i>	
Семестр	<i>7</i>	
Лекційні заняття	<i>30 год.</i>	
Практичні, семінарські заняття	<i>30 год.</i>	
Лабораторні заняття	<i>-</i>	
Самостійна робота	<i>90 год.</i>	
Індивідуальні завдання	<i>-</i>	
Кількість тижневих аудиторних годин для денної форми навчання	<i>2 год.</i>	<i>2 год.</i>

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):

ЗК 03. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.

ЗК 04. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.

ЗК 05. Здатність працювати в команді.

ЗК 06. Здатність спілкуватися державною мовою як усно, так і письмово.

ЗК 11. Здатність спілкуватися іноземною мовою.

Спеціальні (фахові, предметні) компетентності (СК):

СК 02. Здатність організувати сервісно-виробничий процес з урахуванням вимог і потреб споживачів та забезпечувати його ефективність.

СК 04. Здатність формувати та реалізовувати ефективні зовнішні та внутрішні комунікації на підприємствах сфери гостинності, навички взаємодії.

СК 08 Здатність розробляти, просувати, реалізовувати та організувати споживання готельних та ресторанних послуг для різних сегментів споживачів.

СК 12. Здатність ініціювати концепцію розвитку бізнесу, формулювати бізнес-ідею розвитку суб'єктів готельного та ресторанного бізнесу.

СК 13. Здатність здійснювати планування, управління і контроль діяльності суб'єктів готельного та ресторанного бізнесу.

Програмні результати навчання (ПРН):

ПРН 02. Знати, розуміти і вміти використовувати на практиці базові поняття з теорії готельної та ресторанної справи, організації обслуговування споживачів та діяльності суб'єктів ринку готельних та ресторанних послуг, а також суміжних наук.

ПРН 04. Аналізувати сучасні тенденції розвитку індустрії гостинності та рекреаційного господарства.

ПРН 05. Розуміти принципи, процеси і технології організації роботи суб'єктів готельного та ресторанного бізнесу.

ПРН 07. Організувати процес обслуговування споживачів готельних та ресторанних послуг на основі використання сучасних інформаційних, комунікаційних і сервісних технологій та дотримання стандартів якості і норм безпеки.

ПРН 08. Застосовувати навички продуктивного спілкування зі споживачами готельних та ресторанних послуг

ПРН 12. Здійснювати ефективний контроль якості продуктів та послуг закладів готельного і ресторанного господарства.

ПРН 13. Визначати та формувати організаційну структуру підрозділів, координувати їх діяльність, визначати їх завдання та штатний розклад, вимоги до кваліфікації персоналу.

ПРН 14. Організувати роботу в закладах готельного і ресторанного господарства, відповідно до вимог охорони праці та протипожежної безпеки-

ПРН 15. Розуміти економічні процеси та здійснювати планування, управління і контроль діяльності суб'єктів готельного та ресторанного бізнесу.

ПРН 18. Презентувати власні проекти і розробки, аргументувати свої пропозиції щодо розвитку бізнесу.

ПРН 19. Діяти у відповідності з принципами соціальної відповідальності та громадянської свідомості.

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 в ГРБ	2	10	2	2			6							
Тема 3. Процеси та види комунікацій	3	10	2	2			6							
Тема 4. Комунікативні стратегії в ГРБ	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 в ГРБ	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 міжособистісного 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. Контрольні питання, комплекти тестів для визначення рівня засвоєння знань студентами

4.1. 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-Америки.
47. Особливості національних стилів ділового спілкування в країнах Азії.
48. Мова жестів в різних культурах та країнах

4.2. 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;
- б) 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

5. Методи навчання

В рамках вивчення дисципліни передбачається проведення лекцій, практичних, самостійної та індивідуальної роботи студентів.

Лекція є основною формою навчального процесу. Мета лекції – розкрити основні положення теми, досягнення науки, з'ясувати невирішені проблеми, узагальнити досвід роботи, дати рекомендації щодо використання основних висновків за темами на практичних заняттях.

Лекція має структуру набуття нових знань і містить такі елементи:

- вступ, де дається мотивація навчання, чітке формулювання теми лекції та постановка завдання;
- викладення в логічній послідовності окремих частин лекції;
- висновки, що дають можливість осмислити лекцію в цілому і виділити основну ідею;
- конкретне завдання на самостійну роботу;
- відповіді на запитання.

Основні вимоги до лекції:

- високий теоретичний рівень інформації, посилення на законодавчі та нормативні акти, на нові досягнення науки;
- розкриття наукових засад курсу;
- зв'язок теорії з практикою, зосередження уваги студентів на питаннях, які вирішуються у світлі сучасних вимог;
- рекомендації до поглибленого самостійного вивчення тем, необхідних для практичної роботи.

Передбачається застосування таких видів лекцій: вступної, тематичних та підсумкової; залежно від методів викладу навчального матеріалу: монологічних, проблемних, лекцій-бесід тощо.

Практичне заняття – це колективний науковий пошук певної навчальної проблеми і шляхів її ефективного розв'язання. Учасники заняття аналізують проблему, виявляють причинно-наслідкові зв'язки, висувають шляхи її оптимального вирішення, відповідають на запитання і дискутують. Проводиться, як правило, зі здобувачами, які мають відповідну підготовку й досвід самостійного вивчення складних наукових і практичних проблем. В ході практичного заняття здобувачами вирішують ситуаційні та тестові завдання.

Основні вимоги до практичного заняття:

- продуманість змісту теми, її проблем та методики обговорення;
- визначення цілей, дидактичних і виховних завдань заняття;
- проблемна постановка запитань;
- увага до тестових питань (відкритих та закритих) та логіки їх розкриття;
- постійне керування перебігом практичного заняття, створення атмосфери невимушеності, полемічності й творчої активності;
- стимулювання дискусії;
- забезпечення всебічного розгляду й аналізу навчальних проблем, об'єктивна оцінка виступів і відповідей, своєчасне їх коригування;
- орієнтація здобувачів на подальшу самостійну роботу над навчальним матеріалом тощо.

Самостійна робота студентів полягає у вивченні та опрацюванні наукової, навчально-методичної літератури, законодавчих і нормативних актів, виконанні навчальних завдань.

У процесі самостійної роботи здобувачу необхідно вивчити за допомогою рекомендованої літератури весь матеріал, передбачений програмою курсу.

6. Форми контролю

1. Система оцінювання знань, вмінь та навичок здобувачів передбачає виставлення оцінок за усіма формами проведення занять.

Перевірка та оцінювання знань здобувачів може проводитися у наступних формах.

1. Оцінювання роботи здобувачів під час практичних занять.
2. Оцінювання самостійної роботи.
3. Проведення підсумкового контролю (екзамену).

Розподіл балів за окремими елементами змістових модулів та методи поточного контролю успішності навчальної роботи студентів (форма підсумкового контролю – екзамен)

№ змістового модуля	Елементи змістового модуля	Кількість балів		Поточний контроль навчальної роботи студентів	
		міні-мальна	макси-мальна	методи контролю	тиждень семестру
Змістовний модуль 1.					
Теоретичні основи комунікативного менеджменту					
1.	Лекційний курс (7 тем лекцій)	11	16	Письмова модульна робота	1-7
	Практичне заняття 1. Поняття комунікативного менеджменту	7	12	Опитування, обговорення	1
	Практичне заняття 2. Гнучкість у побудові комунікацій	7	12	Обговорення, виступи з доповідями, індивідуальні завдання	2
	Практичне заняття 3. Процеси та види комунікацій	7	12	Обговорення, виступи з доповідями, індивідуальні завдання	3
	Практичне заняття 4. Комунікативні стратегії	7	12	Обговорення, виступи з доповідями, індивідуальні завдання	4
	Практичне заняття 5. Інформаційне суспільство. Комунікації та ЗМІ	7	12	Обговорення, виступи з доповідями, індивідуальні завдання	5
	Практичне заняття 6. Комунікативний менеджмент та бізнес-комунікації	7	12	Обговорення, виступи з доповідями, індивідуальні завдання	6
	Практичне заняття 7. Ефективність комунікативного менеджменту	7	12	Обговорення, виступи з доповідями, індивідуальні завдання	7
	Всього балів по змістовному модулю 1	60	100		
Змістовний модуль 2.					
Технології комунікативного менеджменту					
2.	Лекційний курс (8 тем лекцій)	12	20	Письмова модульна робота	8-15
	Практичне заняття 8. Вербальна та невербальна комунікація	6	10	Опитування, вирішення ситуаційних завдань та їх обговорення, практичних задач, тестування	8

Практичне заняття 9. Індивідуальні особливості міжособистісного спілкування	6	10	Опитування, вирішення ситуаційних завдань та їх обговорення, практичних задач, тестування	9
Практичне заняття 10. Основи ораторського мистецтва	6	10	Опитування, вирішення ситуаційних завдань та їх обговорення, практичних задач, тестування	10
Практичне заняття 11. Конфлікт у комунікації. Результативний конфлікт	6	10	Опитування, вирішення ситуаційних завдань та їх обговорення, практичних задач, тестування	11
Практичне заняття 12. Комунікативна культура	6	10	Опитування, вирішення ситуаційних завдань та їх обговорення, практичних задач, тестування	12
Практичне заняття 13. Принципи ділового спілкування	6	10	Опитування, вирішення ситуаційних завдань та їх обговорення, практичних задач, тестування	13
Практичне заняття 14. Письмові комунікації. Ділові листи	6	10	Опитування, вирішення ситуаційних завдань та їх обговорення, практичних задач, тестування	14
Практичне заняття 15. Ділові зустрічі та переговори	6	10	Опитування, вирішення ситуаційних завдань та їх обговорення, практичних задач, тестування	15
Всього балів по змістовному модулю 2	60	100		
Рейтинг студента з навчальної дисципліни	42	70		
Екзамен	18	30		
Загальна кількість балів	60	100		

Розподіл балів, які отримують студент

Поточний контроль				Рейтинг з навчальної роботи R _{нр}	Рейтинг з додаткової роботи R _{др}	Рейтинг штрафний R _{штр}	Підсумкова атестація (екзамен чи залік)	Загальна кількість балів
Змістовий модуль 1	Змістовий модуль 2	Змістовий модуль 3	Змістовий модуль 4					
0-100	0-100	0-100	0-100	0-70	0-20	0-5	0-30	0-100

Примітки. Відповідно до Положення про кредитно-модульну систему навчання в НУБіП України, затвердженого ректором університету 27.02.2019 р. та до Положення про екзамени та заліки у Національному університеті біоресурсів і природокористування України, затвердженого ректором університету 27.12.2019 р. рейтинг студента з навчальної роботи **R_{нр}** стосовно вивчення певної дисципліни визначається за формулою:

$$R_{HP} = \frac{0.7 \times (R_{зм}^1 \times K_{зм}^1 + \dots + R_{зм}^n \times K_{зм}^n)}{K_{дис}} + R_{др} - R_{штр},$$

де $R_{зм}^{(1)}$, $R_{зм}^n$ – рейтингові оцінки змістових модулів за 100-бальною шкалою;

n – кількість змістових модулів;

$K_{зм}^{(1)}$, $K_{зм}^n$ – кількість кредитів ECTS, передбачених робочим навчальним планом для відповідного змістового модуля;

$K_{дис} = K_{зм}^{(1)} + \dots + K_{зм}^n$ – кількість кредитів ECTS, передбачених робочим навчальним планом для дисципліни у поточному семестрі;

$R_{др}$ – рейтинг з додаткової роботи;

$R_{штр}$ – рейтинг штрафний.

Наведену формулу можна спростити, якщо прийняти $K_{зм}^{(1)} = \dots = K_{зм}^n$. Тоді вона буде мати вигляд:

$$R_{HP} = \frac{0.7 \times (R_{зм}^1 + \dots + R_{зм}^n)}{n} + R_{др} - R_{штр},$$

Рейтинг з додаткової роботи $R_{др}$ додається до R_{HP} і не може перевищувати 20 балів. Він визначається лектором і надається студентам рішенням кафедри за виконання робіт, які не передбачені навчальним планом, але сприяють підвищенню рівня знань студентів з дисципліни.

Рейтинг штрафний $R_{штр}$ не перевищує 5 балів і віднімається від R_{HP} . Він визначається лектором і вводиться рішенням кафедри для студентів, які матеріал змістового модуля засвоїли невчасно, не дотримувалися графіка роботи, пропускали заняття тощо.

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

7. 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 публік 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., Морушко О.О. Ділова комунікація: навч. посіб. Львів: ЛП, 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