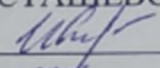


**МІНІСТЕРСТВО КУЛЬТУРИ ТА ІНФОРМАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКА ДЕРЖАВНА АКАДЕМІЯ КУЛЬТУРИ**

**Факультет соціальних комунікацій і музейно-туристичної діяльності
Кафедра туристичного бізнесу**

“ЗАТВЕРДЖУЮ”

Проректор з навчальної роботи
Інна СТАЩЕВСЬКА


27 серпня 2020 р.

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

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

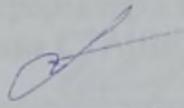
Робоча програма дисципліни «Організація соціальних комунікацій в туризмі»
за спеціальністю 242 туризм. 25 серпня 2020 року. 14 с.

Мова навчання — англійська

Розробники: Ростовцев Сергій Сергійович, ст. викладач кафедри
туристичного бізнесу, кандидат наук із соціальних комунікацій

Робоча програма затверджена на засіданні кафедри туристичного бізнесу
Протокол № 2 від 25 серпня 2020 року

Завідувач кафедри туристичного бізнесу
доктор культурології, доцент



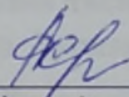
(підпис)

Любов БОЖКО

Робочу програму затверджено на Раді факультету соціальних комунікацій і
музейно-туристичної діяльності

Протокол від « 25» серпня 2020 року № 1

Голова Ради факультету,
доктор педагогічних наук, професор



(підпис)

Алла СОЛЯНИК

Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Галузь знань, напрям підготовки, ступінь	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	заочна форма навчання
Кількість кредитів – 5.0	Галузь знань 24 Сфера обслуговування	Вибіркова	
Загальна кількість годин – 150	Спеціальність (освітня програма) 242 «Туризм»	Рік підготовки:	
		3-й	-
		Семестр	
		5-й	-
Тижневих годин для денної форми навчання: аудиторних – 3 год. самостійної роботи студента – 5,8 год.	Ступінь: бакалавр	Лекції	
		30 год.	-
		Практичні, семінарські	
		20 год.	-
		Лабораторні	
		-	-
		Самостійна робота	
		100 год.	-
Індивідуальні завдання: -			
Вид контролю: екз 5 сем.			

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

для денної форми навчання — 1/2

для заочної форми навчання — «-»

1. Мета та завдання навчальної дисципліни

Мета курсу полягає у забезпеченні студентів знаннями з ефективного використання соціальних комунікацій в туристичній діяльності.

Предмет – соціальні комунікації в туризмі.

Основними завданнями вивчення курсу "Організація соціальних комунікацій в туризмі " є:

- Формування знань з теоретичних засад, змісту, структури та завдань соціальних комунікацій у сфері туризму;
- Опанування методиками та практичними навичками професійного спілкування фахівця з туризму із використанням вербальних та невербальних комунікативних технік і технологій;
- Набуття знань і навичок з міжкультурної комунікації для підвищення конкурентоспроможності на ринку міжнародного туризму;
- Професійне використання сучасних комунікативних технологій задля побудови ефективних зв'язків з партнерами по бізнесу та клієнтами туристичних організацій.

У відповідності до Освітньої програми «Туризмознавство» навчальна дисципліна «Організація соціальних комунікацій в туризмі» формує наступні компетентності та програмні результати навчання:

а) компетентності:

Інтегральна компетентність	Здатність розв'язувати професійні проблеми та практичні завдання у сфері туризму як в процесі навчання, так і в процесі роботи.
Загальні компетентності	<p>ЗК1. Розуміння та власне осмислення основних світоглядних концепцій і принципів у навчанні і професійній діяльності</p> <p>ЗК2. Здатність до критичного мислення, аналізу і синтезу</p> <p>ЗК3. Екологічність мислення та соціальна відповідальність</p> <p>ЗК4. Здатність шукати, обробляти та аналізувати інформацію з різних джерел</p> <p>ЗК5. Здатність зосереджуватись на якості та результаті при виконанні завдань</p> <p>ЗК6. Навички використання інформаційних та комунікативних технологій</p> <p>ЗК7. Здатність визначати, формулювати і вирішувати проблеми</p> <p>ЗК8. Здатність спілкуватися рідною та іноземною (ними) мовою (мовами)</p>

	<p>ЗК9. Навички міжособистісної взаємодії</p> <p>ЗК10. Уміння працювати автономно та в команді</p> <p>ЗК11. Здатність планувати та управляти власним часом</p> <p>ЗК12. Уміння дотримуватись норм здорового способу життя та впроваджувати їх у особистій та професійній діяльності</p>
Професійні (фахові) компетентності	<p>ФК1. Знання і розуміння предметної області своєї професії</p> <p>ФК2. Уміння застосовувати фахові знання на практиці</p> <p>ФК3. Здатність аналізувати туристичний потенціал територій</p> <p>ФК6. Розуміння процесів організації туристичних подорожей і комплексного туристичного обслуговування (готельного, ресторанного, транспортного, екскурсійного, рекреаційного)</p> <p>ФК10. Здатність здійснювати моніторинг, інтерпретувати, аналізувати та систематизувати туристичну інформацію, уміння презентувати туристичний інформаційний матеріал</p> <p>ФК11. Здатність використовувати в роботі туристичних підприємств інформаційні технології та офісну техніку</p> <p>ФК12. Здатність визначати індивідуальні туристичні потреби, використовувати сучасні технології обслуговування туристів та вести претензійну роботу</p> <p>ФК13. Здатність до співпраці з діловими партнерами і клієнтами, уміння забезпечувати з ними ефективні комунікації</p> <p>ФК14. Здатність працювати у полікультурному середовищі</p> <p>ФК15. Здатність діяти у правовому полі, керуватися нормами законодавства</p>

б) програмні результати навчання:

Когнітивна (пізнавальна сфера)	<p>РН1) називати та відтворювати основні положення туристичного законодавства, національних і міжнародних стандартів з обслуговування туристів;</p> <p>РН2) визначати зміст базових понять з туризмознавства та організації туристичного обслуговування, а також світоглядних та суміжних наук;</p> <p>РН3) називати основні форми і види туризму, здійснювати їх класифікацію;</p>
--------------------------------	---

	<p>RH4) пояснювати особливості організації рекреаційно-туристичного простору;</p> <p>RH5) аналізувати рекреаційно-туристичний потенціал території;</p> <p>RH6) виявляти і пояснювати принципи і методи організації та технології обслуговування туристів;</p> <p>RH7) розробляти, просувати та реалізовувати туристичний продукт;</p> <p>RH8) ідентифікувати та аналізувати туристичну документацію;</p> <p>RH9) організовувати процес обслуговування споживачів туристичних послуг на основі використання сучасних інформаційних, комунікаційних і сервісних технологій та дотримання стандартів якості і норм безпеки.</p> <p>RH10) розуміння принципів і процесів щодо організації роботи суб'єкта туристичного бізнесу та окремих його підсистем (адміністративно-управлінська, соціально-психологічна, економічна, техніко-технологічна)</p>
Афективна (емоційна) сфера	<p>RH11) демонструвати навички володіння державною та іноземними (ною) мовами (мовою);</p> <p>RH12) застосовувати навички продуктивного спілкування зі споживачами туристичних послуг;</p> <p>RH13) встановлювати зв'язки з експертами туристичної та інших галузей;</p> <p>RH14) проявляти повагу до індивідуального і культурного різноманіття;</p> <p>RH15) проявляти професійну толерантність до етичних принципів.</p>
Психомоторна сфера	<p>RH16) управляти своїм навчанням з метою самореалізації в професійній туристичній сфері;</p> <p>RH17) адекватно оцінювати свої знання і застосовувати їх в різних професійних ситуаціях;</p> <p>RH18) відстоювати свої погляди в розв'язанні професійних завдань;</p> <p>RH19) виявляти проблемні ситуації;</p> <p>RH20) приймати обґрунтовані рішення та нести відповідальність за результати своєї професійної діяльності;</p> <p>RH21) демонструвати виконання професійних завдань у стандартних та невизначених ситуаціях.</p>

2. Програма навчальної дисципліни

Розділ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ

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.

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.

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

Тема 9. Ділові переговори.

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

Тема 10. Команди на робочому місці.

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

Тема 11. Управління людськими ресурсами.

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. Концепція Public Relations.

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

Тема 15. PR-технології.

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

Структура навчальної дисципліни

Назви розділів і тем	Кількість годин											
	денна форма						Заочна форма					
	усього	у тому числі					усь ого	у тому числі				
		л	п	с	інд	с.р.		л	п	с	інд	с.р.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Розділ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ												
Тема 1. Сутність, структура і види соціальної комунікації	7	2	-	-	-	6	-	-	-	-	-	-
Тема 2. Моделі соціальної комунікації	7	2	-	2	-	6	-	-	-	-	-	-
Тема 3. Канали комунікації	8	2	-	2	-	6	-	-	-	-	-	-
Тема 4. Комунікаційна діяльність і спілкування	5	2	-	2	-	6	-	-	-	-	-	-
Тема 5. Комунікативні стилі	5	2	-	2	-	6	-	-	-	-	-	-
Тема 6. Вербальна комунікація.	7	2	-	2	-	7	-	-	-	-	-	-
Тема 7. Невербальна комунікація	7	2	-	2	-	7	-	-	-	-	-	-
Тема 8. Бізнес комунікації	7	2	-	-	-	7	-	-	-	-	-	-

Тема 9. Ділові переговори	7	2	-	-	-	7	-	-	-	-	-	-
Тема 10. Команди на робочому місці	8	2	-	2	-	7	-	-	-	-	-	-
Тема 11. Управління людськими ресурсами	8	2	-	-	-	7	-	-	-	-	-	-
Тема 12. Насилля на робочому місці.	6	2	-	2	-	7	-	-	-	-	-	-
Тема 13. Різність на робочому місці.	6	2	-	2	-	7	-	-	-	-	-	-
Тема 14. Концепція Public Relations	8	2	-	2	-	7	-	-	-	-	-	-
Тема 15. PR-технології	8	2	-	-	-	7	-	-	-	-	-	-
Усього годин	150	30	-	20	-	100	-	-	-	-	-	-
ІНДЗ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Усього годин	150	30	-	20	-	100	-	-	-	-	-	-

Теми семінарських занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Невербальна комунікація	2
2	Моделі соціальної комунікації	2
3	Канали комунікації	2
4	Комунікативна діяльність	2
5	Комунікативні стилі	2
6	Вербальна комунікація.	2
7	Команди на робочому місці	2
8	Насилля на робочому місці	2
9	Різність в організації	2
10	Концепція Public Relations	2
	Разом	20

Самостійна робота

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Сутність, структура і види соціальної комунікації	5
2	Моделі соціальної комунікації	5
3	Канали комунікації	6
4	Комунікаційна діяльність і спілкування	6
5	Соціальне спілкування в управлінському процесі	6
6	Вербальна комунікація.	6
7	Невербальна комунікація	6
8	Комунікації у 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 організацією	6
12	Соціальні комунікації і їх роль у стратегії керування 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

3. Форми поточного та підсумкового контролю;**Методи навчання**

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

Форми контролю

Поточне оцінювання, реферат, відповіді на семінарських заняттях, підсумковий контроль.

Розподіл балів, які отримують студенти

Розділ 1										Поточне оцінювання
T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	T9	T10	5
6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	

Розділ 2					Поточне оцінювання	Екзамен	Сума
T11	T12	T13	100	T15	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	A	відмінно	зараховано
82-89	B	добре	
74-81	C		
64-73	D	задовільно	
60-63	E		
35-59	FX	незадовільно з можливістю повторного складання	не зараховано з можливістю повторного складання

0-34	F	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни
------	----------	---	---

Методичне забезпечення

Пакет навчально-методичного забезпечення: опорні конспекти лекцій, комплекс навчально-методичного забезпечення дисципліни.

4. 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 самоств. 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. Алексєєва І. О. Вступ до теорії міжкультурної комунікації : підручник / І. О. Алексєєва // 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 ХХІ століття : матеріали ІІІ 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. – О., 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-ХХІ, 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